

VI. PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Atribut yang menjadi prioritas untuk diperbaiki dan yang harus dipertahankan berdasarkan metode *Importance Performance Analysis*, adalah sebagai berikut :
 - a. Atribut yang menjadi prioritas untuk diperbaiki adalah atribut yang berada dikuadran I dan kuadran III antara lain atribut desain kemasan, dan atribut periklanan. Berikutnya atribut yang berada dikuadran III yakni atribut merek, atribut harga yang terjangkau, atribut kesesuaian dengan kualitas dan yang terakhir adalah atribut kemudahan dalam mendapatkan produk *egg roll*.
 - b. Atribut yang harus dipertahankan kinerjanya adalah atribut yang berada dikuadran II, antara lain adalah atribut mengenai tanggal kadaluarsa, atribut komposisi, atribut kerenyahan dan atribut rasa.
2. Berdasarkan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen pada produk *egg roll* “Donna” sebesar 70%. Nilai CSI sebesar 70% tersebut terletak di rentang 0,66-0,80 yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen ada pada kriteria “puas”.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dikaji sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

1. CV. Bandung utama sebaiknya melakukan perbaikan secara terus-menerus terhadap strategi pemasaran yang berkaitan dengan atribut desain kemasan produk dan periklanan, karena menurut konsumen kinerjanya masih kurang dengan yang diharapkan, hal ini sesuai dengan diagram kartesius *Importance Performance Analysis*. Pada atribut warna kemasan, lebih ditekankan corak khusus sehingga warna kemasan tidak terlalu monoton dengan satu warna. Sedangkan pada atribut periklanan/promosi produk, promosi sangat penting dalam memperkenalkan produk terhadap produsen, sehingga diharapkan promosi lebih diperluas ke berbagai daerah khususnya diluar Cepu. Selain itu atribut yang harus diperbaiki

yakni atribut yang terdapat pada kuadran II antara lain atribut merek, atribut harga yang terjangkau, atribut kesesuaian dengan kualitas dan yang terakhir adalah atribut kemudahan dalam mendapatkan produk *egg roll*

2. CV. Bandung Utama sebaiknya melakukan perbaikan strategi pemasaran pada semua aspek yaitu produk, harga, promosi dan distribusi agar dalam pemasarannya dapat maksimal, khususnya dalam konsep periklanan. Kegiatan promosi perlu ditingkatkan lagi dengan cara melakukan penyebaran pamflet, iklan di radio, media cetak, internet, menjadi sponsor salah satu kegiatan dan memperkuat jaringan bisnis. Strategi penjualan yang dilakukan lebih diperbanyak lagi, dan tidak sekedar hanya sebatas strategi tradisional, semisal mengirimkan produk *egg roll* untuk dikenalkan pada konsumen luar kota secara lebih luas.

