

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan sebelumnya dapat ditarik beberapa hasil kesimpulan sebagai berikut :

1. Uji Cochran Q Test dapat diketahui yakni 7 atribut produk yang terdiri dari atribut kualitas, harga, ketersediaan produk (di outlet), desain kemasan, bentuk kemasan, daya tahan dan lokasi, kemudian melalui pengujian test cochrans yang pertama yakni  $Q_{hitung} > Q_{tabel}$  ( $18,662 > 12,592$ ). Selanjutnya harus adanya eliminasi atau membuang atribut yang dirasa mendapat respon paling sedikit dari responden yaitu atribut bentuk kemasan produk Chocolatos Grande, karena atribut bentuk kemasan produk Chocolatos Grande memiliki respon paling sedikit. Setelah melalui uji cochrans maka diperoleh hasil nilai  $Q_{hitung} < Q_{tabel}$  ( $10,185 < 11,070$ ), dengan demikian menyatakan bahwa nilai  $Q_{hitung}$  lebih kecil daripada  $Q_{tabel}$  sehingga atribut yang telah diuji dinyatakan layak untuk melalui proses uji selanjutnya yaitu uji fishbein. Atribut yang sudah ditentukan adalah atribut kualitas, harga, ketersediaan produk (di outlet), desain kemasan, daya tahan dan lokasi.
2. Sikap konsumen terhadap atribut produk Chocolatos Grande pada studi kasus di swalayan Roxy kabupaten Banyuwangi melalui metode analisis Model Sikap Multiciri Fishbein menunjukkan secara garis besar beberapa respon responden terhadap produk Chocolatos Grande adalah positif. Berdasarkan keenam atribut yang dipertimbangkan konsumen yaitu terdapat 28 responden atau 40% menyatakan bersikap “positif”, 26 responden atau 37,1% menyatakan bersikap negatif, dan 16 responden atau 22,8% menyatakan bersikap “netral”. Atribut yang memiliki respon positif paling tinggi adalah atribut daya tahan dimana pada atribut ini respon positif diberikan oleh 37 responden dengan persentase sebesar 52,8%. Hal ini dikarenakan responden memberikan respon yang sangat besar dan cenderung sangat memperhatikan kepentingan terhadap atribut daya tahan.

## 6.2 Saran

1. Produsen Chocolatos Grande perlu memperhatikan dan lebih meningkatkan atribut-atribut yang ada pada kemasan baru produk Chocolatos Grande. Misalnya, untuk atribut bentuk kemasan, produsen bisa membuat bentuk kemasan yang lebih unik dan menarik dengan lebih membentuk bentuk kemasan lebih kuat dan tidak rentan atau mudah rapuh meskipun di dalam kemasan diberikan penempatan untuk wafer stick, namun masih dirasa kurang begitu kuat. Karena Chocolatos sendiri mudah rapuh. Namun, dari secara keseluruhan kemasan baru pada produk Chocolatos Grande tersebut memiliki tanggapan positif bagi konsumen yang mengkonsumsinya.
2. Dari hasil penelitian yang dilakukan didapat bahwa secara garis besar sikap responden terhadap produk Chocolatos Grande ini memiliki nilai positif. Sebaiknya hal ini harus dipertahankan agar tetap mempertahankan keunggulan produk ditengah pesatnya persaingan pasar saat ini.

