

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan

1. Penelitian dilakukan di sebuah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang bernama Toko Meli yang bergerak dibidang pembuatan oleh-oleh khas Sumatera Barat.
2. Produk yang diteliti pada penelitian ini yaitu Mayang Pinang yang masih menggunakan kemasan plastik berbahan tipis.
3. Kata kansei yang terpilih yaitu sebanyak 10 kata sebagai berikut:

No	Kata Kansei	Nilai Kuesioner	Rangking
1	Informatif	184	2
2	<i>Simple</i>	172	9
3	Menarik	182	6
4	<i>Modern</i>	181	5
5	Berwarna	178	7
6	Ciri khas	181	4
7	Mudah dibawa	183	3
8	Mudah dibuka	185	1
9	<i>Reusable</i>	164	10
10	Artistik	173	8

Sumber: Pengolahan Data Penelitian, 2022.

4. Nilai total dari alternatif 1 didapatkan sebesar 8,5 dan alternatif 2 sebesar 8. Maka pemilihan yang tepat untuk *re-design* kemasan menggunakan metode *Simple Additive Weighting* yaitu alternatif 1.
5. Pada hasil penyebaran kuesioner terhadap kemasan Mayang Pinang dan Kripik Balado Shirley didapatkan nilai 21,8 untuk kemasan Mayang Pinang dan 20,2 untuk kemasan Kripik Balado Shirley.

6.2. Saran

1. Hasil pengembangan desain pada penelitian ini diharapkan dapat diterapkan pada Toko Meli.
2. Penelitian ini masih belum sempurna, maka diharapkan untuk penelitian selanjutnya penggunaan metode kansei engineering dapat menggunakan faktor tambahan seperti *eye movement* (gerakan mata), *face expression* (ekspresi wajah) dan *attitude behavior* (sikap).

DAFTAR PUSTAKA

- Azhara, Salwa., et al. (2021). Penerapan Metode Kansei Engineering Dalam Pengembangan Kemasan Kue Kacang (Studi Kasus : Kue Kacang Bintang Prima). Politeknik Negeri Jakarta: Jakarta.
- Cenadi, Christine Suharto, Nirmana Jurnal Deskomvis. Universitas Kristen Petra Vol.2/No.2, Juli 2000.
- Donida, Deandy., et al. (2020). Perancangan Desain Kemasan Produk Carica Dengan Konsep Kansei Engineering Dan Model Kano. Univesitas Diponegoro: Semarang.
- Faisal, Doni., et al. (2021). Penerapan Metode *Kansei Engineering* Sebagai Upaya Perancangan Ulang Kemasan Takoyaki (Studi Kasus: Takoyakiku Samarinda). Universitas Mulawarman: Samarinda.
- Klimchuk, Marrienne Rosner and Krasovec Sandra A. (2007). Desain Kemasan Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip (2003). Manajemen Pemasaran, Edisi sebelas. Jakarta : PT. Indeks.
- Lokman Moh, Anitawati., (2010). *Design & Emosi: The Kansei Engineering Methodology*, University Teknologi Mara. Malaysia.
- Nagamachi, (1995), *Kansei Engineering : A New Ergonomic Consumer Oriented Technology for Product Development. International Journal of Industrial Ergonomics* Vol.15 (1995) 3-11, Japan.
- Orshella, Devi. (2019). Penerapan Kansei Engineering Pada Perancangan Ulang Desain Kemasan Produk UMKM. Universitas Galuh: Jawa Barat.
- Rahmayani, Nurfathia., Yuniar, Arie Desrianty. (2015). Rancangan Kemasan Bedak Tabur (*Loose Powder*) Dengan Menggunakan Metode *Kansei Engineering*. Institut Teknologi Nasional: Bandung.
- Schutte, S., (2002). *Designing Feelings Into Product*. Linkopings University. Linkoping.
- Schutte, S., (2002). *Designing Feelings Into Product*. Linkopings University. Linkoping.
- Wirya, Irwan. (1999). Kemasan yang menjual, menang bersaing melalui kemasan. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.