

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan model KANO didapatkan penilaian jawaban responden dengan Diagram Kano, maka diketahui interpretasi terbesarnya hanya terdapat pada kategori A, O dan I yaitu:

- a. *Attractive (A)*
 1. Kemasan yang menarik
 2. Kesesuaian harga
- b. *One Dimensional (O)*
 1. Ketersediaan variasi rasa produk
 2. Kualitas produk baik
- c. *Indifferent (I)*
 1. Ketersediaan informasi produk
 2. Kesesuaian ukuran produk
 3. Ukuran kemasan produk
 4. Merek terkenal
 5. Keunikan dari produk
 6. Logo menarik

2. Berdasarkan dari perhitungan nilai *better* dan *worse* diketahui atribut yang berpengaruh kepada kenaikan tingkat kepuasan pelanggan yaitu terdapat pada:

1. Kemasan yang menarik, dimana tingkat kepuasan mencapai 55%.
2. Kualitas produk baik, dimana tingkat kepuasan pelanggan mencapai 59% jika pihak dari industri Cahaya Niaga dapat memenuhi.
3. Kualitas produk, dimana tingkat kepuasan pelanggan mencapai 63%.
4. Kesesuaian harga, dimana kenaikan kepuasan pelanggan mencapai 57% jika terpenuhi.

3. Upaya yang harus dilakukan oleh industri Cahaya Niaga dalam meningkatkan kualitas produk yaitu dengan cara memenuhi apa yang menjadi kebutuhan konsumen seperti terlihat pada tabel 6.1.

Tabel 6.1. Faktor-faktor dalam *Attractive* dan *One Dimensional*

No	Atribut	Grade
1	Kemasan yang menarik	A
2	Kesesuaian harga	A
3	Ketersediaan variasi rasa produk	O
4	Kualitas produk baik	O

Sumber: Pengolahan Data, 2021

4. Penetapan hubungan karakteristik dengan keinginan konsumen, dilakukan untuk menentukan tingkat hubungan antara keinginan konsumen dan karakteristik pelayanan. Tingkat yang dimaksud dimulai dari skala kuat, skala sedang, lemah dan tidak berhubungan sama sekali, dengan aturan penilaian sebagai berikut :

Nilai 9 : memiliki hubungan yang kuat

Nilai 3 : memiliki hubungan yang sedang

Nilai 1 : memiliki hubungan yang lemah

Nilai 0 : tidak memiliki hubungan sama sekali

5. Penentuan *planning matrix*, dilakukan dengan melihat nilai kepuasan konsumen terhadap produk roti bakar dengan atribut yang telah disiapkan, untuk skor kepuasan produk roti bakar dapat dilihat pada tabel rekapitulasi berikut.

Tabel 6.2 Rekapitulasi *Planning Matrix*

No	Tingkat Kepuasan
1	0,827
9	0,833
3	0,860
8	0,867

Sumber: Pengolahan Data, 2021

Dapat disimpulkan bahwa skor kepuasan tertinggi adalah 0,867 dengan peringkat 8 yaitu mengkaji ulang kerja sama terhadap penyedia bahan baku sedangkan skor kepuasan terendah adalah 0,827 dengan peringkat 1 yaitu efisiensi desain. Kepuasan konsumen terhadap tingkat kepuasan pelanggan yang diberikan secara rata-rata cukup baik, hal ini ditandai dengan selisih antara kepuasan peringkat 8 dan 1 sebesar 0,04 hal ini harus dijaga oleh perusahaan agar konsumen tidak beralih ke produk lain sehingga perusahaan harus terus berinovasi.

6.2 Saran

Saran yang dapat diajukan didalam penelitian tugas akhir ini adalah :

1. Pihak perusahaan sebaiknya mempertimbangkan hasil optimasi karakteristik teknis yang diperoleh sehingga perusahaan dapat mengambil keputusan tepat dalam mencapai kepuasan konsumen yang maksimal.
2. Penelitian selanjutnya disarankan agar dapat mempertimbangkan responden yang lebih luas, tidak hanya dari pihak manajemen perusahaan dan konsumen, tetapi juga pesaing lainnya.
3. Penelitian selanjutnya disarankan agar dapat mempertimbangkan menambah metode lain sehingga hasil yang dicapai lebih baik.
4. Agar kepuasan pelanggan/konsumen terhadap produk kue bolu bakar Cahaya Niaga semakin baik, maka sebaiknya Cahaya Niaga lebih memperhatikan atribut yang termasuk kedalam kategori *Attractive* (A) dan *One Dimensional* (O), karena tingkat kepuasan pelanggan berhubungan dengan kinerja atribut tersebut.

