

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis pada bab-bab sebelumnya mengenai analisis kebutuhan konsumen terhadap produk rempah dengan metode kano, berdasarkan tujuan yang diinginkan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kebutuhan tertinggi dari 12 responden hotel yaitu kebutuhan terhadap komoditas pala, lada putih dan lada hitam dengan frekuensi 100%, sementara kayu manis sebanyak 91,66%, cengkeh sebanyak 83,33%, dan vanilli sebanyak 66,66%. Sementara untuk 22 responden restoran, kebutuhan tertinggi yaitu kebutuhan terhadap komoditas lada putih dengan frekuensi 100%, lalu komoditas kayu manis dan lada hitam sebanyak 90,90%, pala sebanyak 86,36%, cengkeh sebanyak 77,27%, dan vanilli sebanyak 59,09%. Kemudian kebutuhan tertinggi dari 22 responden catering yaitu komoditas pala dan lada putih dengan frekuensi 100%, sementara komoditas lada hitam sebanyak 95,45%, kayu manis sebanyak 90,90% dan cengkeh sebanyak 81,81%. Sementara untuk 44 responden ibu rumah tangga, kebutuhan tertinggi yaitu kebutuhan terhadap komoditas pala dengan frekuensi sebanyak 95,45%, sementara komoditas lada putih sebanyak 90,90%, kayu manis sebanyak 84,09%, cengkeh 75%, vanilli sebanyak 65,90%, dan lada hitam sebanyak 59,09%.

2. Gambaran atribut produk rempah dengan metode kano

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat tiga kategori kano yaitu *one-dimensional*, *attractive*, dan *indifferent*. Kategori dengan frekuensi terbanyak yaitu *one-dimensional*, responden hotel memiliki 19 atribut yang berkategori *one-dimensional*, responden restoran memiliki 24 atribut yang berkategori *one-dimensional*, responden catering memiliki 16 atribut berkategori *one-dimensional*, sementara responden ibu rumah tangga memiliki 21 atribut berkategori *one-dimensional*.

Pemenuhan kebutuhan atribut berkategori *one-dimensional* menghasilkan meningkatnya kepuasan konsumen, sementara ketidakhadirannya dapat menurunkan kepuasan, maka dari itu atribut yang berkategori *one-dimensional* harus selalu dipenuhi sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dan konsumen merasa puas.

5.2 Saran

Berikut saran yang dapat penulis berikan :

- 1) Atribut yang terdapat dalam kategori *one-dimensional* merupakan atribut yang kehadirannya membuat konsumen merasa puas dan apabila atribut tersebut tidak hadir maka konsumen akan merasa tidak puas. Maka dari itu kehadiran atribut ini harus ditingkatkan atau dipertahankan.
- 2) Atribut yang terdapat dalam kategori *attractive* merupakan atribut yang kehadirannya membuat konsumen merasa puas dan apabila atribut tersebut tidak ada, tidak mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen. Maka dari itu kehadiran atribut ini harus ditingkatkan dan dipertahankan.
- 3) Atribut yang terdapat dalam kategori *indifferent* merupakan atribut yang kehadiran dan ketidakhadirannya tidak berpengaruh terhadap konsumen. Maka dari itu kehadiran atribut ini dapat dipertimbangkan lagi baik akan dihilangkan atau ditingkatkan.
- 4) Untuk penelitian selanjutnya, dapat menggunakan penelitian ini sebagai dasar untuk pengembangan masalah karena data empirik kebutuhan konsumen terhadap rempah-rempah sudah tercantum dalam penelitian ini.
- 5) Untuk penyedia atau penjual rempah, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman atau patokan untuk evaluasi atau memperbaiki atau menghilangkan atribut-atribut *indifferent* agar kebutuhan konsumen rempah dapat terpenuhi.