

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Karakteristik konsumen Koperasi Semedo Manise Sejahtera dalam *e-marketplace* sebagai berikut; 57 persen berjenis kelamin perempuan, 31 persen berumur antara 26-35 tahun, 49 persen sebagai ASN, tingkat pendidikan 60 persen adalah sarjana dan sebanyak 46 persen dengan pendapatan 1 sampai dengan 3 juta rupiah perbulan.
2. Tingkat kepuasan konsumen gula semut Koperasi Semedo Manise Sejahtera pada *e-marketplace* sebesar 62,25 persen yang artinya masuk dalam kategori puas.
3. Kinerja atribut kepuasan konsumen gula semut Koperasi Semedo Manise Sejahtera yang penting untuk dilakukan perbaikan ada sebanyak 11 atribut antara lain; penampilan produk, jaminan sertifikat halal produk, pelabelan produk, jaminan sehat dan higienis produk, perubahan warna produk setelah dibuka, daya tahan produk, kecepatan transaksi secara online produk, tanggapan keluhan konsumen dalam berbelanja secara online, kemudahan dalam memperoleh produk, pengemasan admin dalam proses droping barang, warna dan tekstur produk, sedangkan kinerja atribut kepuasan konsumen gula semut Koperasi Semedo Manise Sejahtera yang penting untuk dipertahankan karena sudah sesuai dengan keinginan konsumen ada sebanyak 9 atribut antara lain; cita rasa, harga jual produk dengan sertifikat organik resmi, kebersihan produk, varian produk, kemasan produk, spek produk sudah sesuai dengan kebutuhan konsumen, bentuk kemasan produk, *expired date* yang tertera dalam produk saat pembelian dan pelayanan konsumen.
4. Strategi untuk peningkatan kepuasan konsumen gula semut melalui pemasaran *e-marketplace* yaitu dengan memfasilitasi kemudahan konsumen dalam memperoleh produk selama 24 jam, memperbaiki kualitas produk disesuaikan dengan tren yang sedang berkembang saat ini, meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan dengan peningkatan jaringan komunikasi, dan menjaga cita rasa produk semedo manise dipadupadankan dengan inovasi-inovasi baru dan dengan tetap menjaga kearifan lokal.

B. Saran

1. Kemudahan pelayanan online sangat diperlukan untuk melayani karakteristik konsumen yang sebagian besar dari kalangan menengah ke atas. Salah satu kemudahan dalam melayani adalah dengan memberikan apresiasi kepada konsumen online baik berupa diskon pembelian produk secara online, pemberian *cashback* pada konsumen dengan pembelian secara online dan lainnya. Dengan pemberian apresiasi tersebut harapannya konsumen tertarik untuk berbelanja secara online sehingga posisi *platform* online Koperasi Semedo Manise berada halaman utama.
2. Untuk meningkatkan citra Koperasi Semedo Manise Sejahtera perlu adanya perbaikan atribut yang masih kurang efektif sesuai dengan hasil analisis yaitu memperbaiki atribut yang masuk dalam kategori *action*.
3. Kualitas pelayanan untuk peningkatan kepuasan konsumen sudah dilakukan dengan baik sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini terbukti dengan nilai kepuasan pelanggan yang masuk dalam kategori puas. Namun demikian ada beberapa atribut yang perlu diperhatikan oleh Koperasi Semedo Manise Sejahtera untuk dapat menciptakan konsistensi kepuasan konsumen. Atribut tersebut antara lain cita rasa, harga jual produk dengan sertifikat organik resmi, kebersihan produk, varian produk, kemasan produk, spek produk sudah sesuai dengan kebutuhan konsumen, bentuk kemasan produk, *expired date* yang tertera dalam produk saat pembelian dan pelayanan konsumen.
4. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan penelitian serupa dengan memberikan atribut atribut lain yang lebih mendukung strategi untuk peningkatan kepuasan konsumen.
5. Meningkatkan dan mempertahankan platform online untuk memudahkan konsumen terhubung dan berbagi informasi atau pengalaman dengan orang lain untuk menarik konsumen baru.