

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di UMKM Suka Nicky, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik konsumen yang membeli keripik tempe di UMKM Suka Nicky yaitu mayoritas masyarakat berjenis kelamin perempuan, berusia 26-45 tahun, memiliki pendidikan akhir SMA Sederajat, Karyawan Swasta, berstatus sudah menikah, dan memiliki pendapatan per bulan Rp.1.958.169 – Rp.3.000.000.
2. Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI), diperoleh nilai sebesar 0,86 yang artinya indeks kepuasan konsumen berada pada kriteria sangat puas.
3. Hasil Diagram Kartesius *Important and Performance Analysis* (IPA), atribut yang harus diprioritaskan untuk diperbaiki strategi pemasarannya yaitu atribut yang masuk kedalam kuadran I dimana tingkat kepentingan tinggi tetapi tingkat kinerjanya masih rendah atribut no 4 (ukuran kemasan produk bervariasi),7 (terdapat penjualan melalui online),8 (terdapat promosi melalui media sosial),13 (lokasi toko mudah dijangkau atau di akses),15 (kemudahan proses pembayaran),21 (ukuran kemasan produk tidak bervariasi),24 (lokasi toko tidak mudah dijangkau atau di akses).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, hasil penelitian menunjukkan bahwa prioritas perbaikan atribut pada UMKM Suka Nicky atribut yang masuk kedalam kuadran I, karena pada kuadran I, tingkat kepentingan tinggi dan tingkat kinerja rendah. Atribut yang masuk kuadran I yaitu atribut no 4,7,8,13,15,21,24. Saran perbaikan terhadap atribut tersebut bisa dilakukan dengan cara :

1. Pihak UMKM Suka Nicky melakukan pengukuran kepuasan konsumen secara berkala karena mengingat kebutuhan konsumen terus berubah setiap waktu. Pengukuran tersebut bisa dilakukan dengan mengisi kuesioner yang di sediakan oleh UMKM sebagai sarana bagi konsumen untuk memberikan evaluasi atau masukan terhadap kinerja UMKM Suka Nicky.
2. Perbaikan untuk atribut yang masih kurang tingkat kinerjanya :
 - a. Adanya diversifikasi tentang ukuran kemasan agar konsumen mempunyai banyak pilihan saat membeli produk keripik tempe di UMKM Suka Nicky.
 - b. Mengaktifkan lagi media sosial yang UMKM Suka Nicky punya untuk promosi dan penjualannya.
 - c. Proses pembayaran yang terdapat pada tempat masih menggunakan manual mungkin di upgrade dengan Qris atau EDC (*Electronic Data Capture*) jadi ketika konsumen tidak membawa uang cash bisa menggunakan ATM maupun *Mobile Banking*.
 - d. UMKM Suka Nicky sudah mempunyai banyak reseller dan untuk pembelian produk tidak harus toko bisa d beberapa reseller tetapi konsumen belum mengetahui lokasi para reseller, jadi diperlukan promosi yang memberikan keterangan lokasi reseller UMKM Suka Nicky.