

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan metode *importance performance analysis* (IPA) untuk menentukan tingkat kepentingan, tingkat kepuasan, dan tingkat kesesuaian serta metode *customer satisfaction index* (CSI) untuk menghitung indeks kepuasan konsumen *yoghurt cup* dari Yoghurt Sehati Purwokerto pada penelitian ini dapat disimpulkan:

1. Tingkat kepentingan tertinggi pada setiap variabel produk *yoghurt cup* pada Yoghurt Sehati Purwokerto, yaitu umur simpan, kemampuan melindungi produk dari kerusakan, dan promosi melalui pameran.
2. Tingkat kepuasan tertinggi pada setiap variabel produk *yoghurt cup* pada Yoghurt Sehati Purwokerto, yaitu atribut rasa manis, kesediaan alat bantu sedotan, dan kesesuaian harga produk.
3. Tingkat kesesuaian konsumen tertinggi pada setiap variabel produk *yoghurt cup* pada Yoghurt Sehati Purwokerto terdapat pada atribut rasa manis, kesediaan alat bantu sedotan, dan kesesuaian harga dengan mutu produk.
4. Berdasarkan matriks IPA, atribut yang direkomendasikan untuk diperbaiki pada produk *yoghurt cup* dari Yoghurt Sehati Purwokerto, yaitu kelengkapan informasi produk, kelengkapan informasi penyimpanan, homogenitas, desain label, dan promosi melalui pameran. Rekomendasi perbaikan meliputi menantumkan tanggal kadaluarsa, mencantumkan petunjuk cara penyimpanan yoghurt pada label kemasan, menambahkan stabilizer dan emulsifier saat pembuatan yoghurt, mencari informasi dan mengikuti pameran baik online maupun offline, serta mempromosikan kegiatan pameran melalui media sosial.
5. Nilai indeks kepuasan konsumen produk *yoghurt cup* pada Yoghurt Sehati Purwokerto sebesar 79,59% dan masuk ke dalam kategori puas.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan uraian pembahasan, perlu dilakukan perbaikan produk sesuai dengan rekomendasi strategi perbaikan produk *yoghurt cup* pada Yoghurt Sehati Purwokerto. Penerapan rekomendasi strategi perbaikan dapat dilakukan sesuai kemampuan sumber daya yang dimiliki produsen dengan mempertimbangkan urutan atribut prioritas perbaikan produk. Setelah itu, dapat dilakukan penelitian kembali mengenai kepuasan konsumen terhadap produk yang sudah diperbaiki.

