

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap produk Galendo Coklat C-Milan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui tingkat kepentingan, kepuasan dan kesesuaian konsumen, serta metode *Customers Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui indeks kepuasan konsumen dengan penggambaran melalui *Causal Loop Diagram* (CLD), dapat disimpulkan bahwa:

1. Profil konsumen yang paling banyak mengkonsumsi makanan galendo coklat C-Milan setelah penyebaran kuisioner yaitu didominasi oleh perempuan, usia 17-26 tahun, pendidikan terakhir SMA/Sederajat, pekerjaan sebagai mahasiswa, penghasilan perbulan Rp1.000.000 – 5.000.000,-, frekuensi pembelian 1-2 kali dan paling banyak berdomisili di Ciamis.
2. Tingkat kepentingan tertinggi pada produk galendo coklat C-Milan untuk parameter produk coklat adalah rasa manis. Sedangkan, untuk parameter isian yaitu aroma tidak tengik, parameter produk keseluruhan yaitu porsi keseluruhan, parameter kemasan yaitu atribut kelengkapan informasi pada label kemasan, serta untuk parameter harga dan promosi yaitu ketersediaan produk di rumah produksi. Tingkat kepuasan tertinggi pada produk galendo coklat C-Milan pada parameter produk coklat yaitu aroma coklat, parameter isian yaitu aroma tidak tengik, parameter keseluruhan yaitu penampilan, parameter kemasan yaitu kelengkapan informasi pada label kemasan dan untuk parameter harga dan promosi yaitu pada atribut ketersediaan produk di rumah produksi. Tingkat kesesuaian tertinggi pada produk galendo coklat C-Milan adalah tekstur coklat pada parameter produk coklat, tektur isian tidak halus untuk parameter isian, atribut penampilan untuk parameter

- keseluruhan, bentuk kemasan sekunder pada parameter kemasan dan ketersediaan produk di rumah produksi untuk parameter harga dan promosi.
3. Berdasarkan matriks IPA, atribut yang menjadi prioritas utama untuk perbaikan adalah porsi coklat, rasa manis, porsi keseluruhan, aroma tidak tengik, daya tarik ilustrasi, ketersediaan produk di toko online serta promosi melalui media sosial.
  4. Rancangan strategi perbaikan yang bisa dilakukan dengan metode *Causal Loop Diagram* (CLD) diantaranya mencoba mereformulasi kembali produk galendo coklat atau menggunakan bahan baku lain seperti *milk chocolate* atau *white chocolate*, menambah rasa manis menggunakan *chocolate chips*, mempelajari *digital marketing* untuk mencoba menjual melalui *marketplace* dan mengiklankan produk di media sosial.
  5. Nilai *Customers Satisfaction Index* (CSI) pada produk Galendo Coklat C-Milan adalah sebesar 63,55% yang memiliki kriteria cukup puas.



## **B. Saran**

Berdasarkan uraian diatas, perlu dilakukan perbaikan sesuai dengan rekomendasi strategi perbaikan seperti menyewa desainer profesional untuk memperbaiki desain kemasan, mereformulasi produk coklat dengan penambahan bahan lain, mengkombinasikan dengan jenis coklat lain, serta menguji coba rasio proporsi coklat dan galendo yang berbeda untuk mendapatkan proporsi galendo coklat yang lebih disukai konsumen. Dilakukannya perbaikan tersebut, diharapkan produk terus berkembang serta dapat meningkatkan kepuasan sehingga bisa menjangkau lebih banyak konsumen. Penerapan strategi perbaikan dapat dilakukan bertahap sesuai dengan kemampuan produsen dengan mempertimbangkan urutan prioritas perbaikan utama. Produsen juga diharapkan dapat mempelajari lebih lanjut mengenai *digital marketing* untuk membuat pemasaran produk galendo coklat C-Milan lebih luas.