

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan :

1. Konsumen ibu rumah tangga di Bandar Lampung sebagian besar menggunakan bumbu instan, merek yang paling disukai dan dipercayai adalah bumbu instan Indofood. Atribut yang paling disukai dan dipercayai oleh konsumen adalah kemudahan memperoleh produk, informasi kadaluarsa dan pengaruh rasa.
2. Konsumen ibu rumah tangga membeli bumbu instan dengan jumlah pembelian sebanyak 3-4 shaset per bulan dan dengan frekuensi pembelian dua kali per bulan. Ukuran yang banyak dipilih konsumen adalah 45 gram, jenis bumbu instan yang paling disukai adalah racik tempe dan nasi goreng.
3. Faktor dominan keputusan pembelian bumbu di Bandar Lampung dibentuk berdasarkan empat komponen utama (faktor) berdasarkan nilai *factor loading*. Komponen pertama (faktor informasi) terdiri atas informasi kadaluarsa, pengaruh orang lain dan komposisi produk. Komponen ke dua (faktor produk) terdiri dari pengaruh rasa, promosi dan harga. Komponen ke tiga (faktor kesesuaian produk) terdiri dari variabel merek dan kesesuaian dengan jenis masakan. Komponen ke

empat (faktor kemudahan memperoleh produk) terdiri dari variabel kemudahan memperoleh produk.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa atribut kemudahan memperoleh produk, pengaruh rasa dan harga merupakan atribut penting dalam produk ini. Sehubungan dengan ini disarankan untuk produsen agar lebih memberi cita rasa yang khas dan menambah jenis masakan yang lebih bervariasi.
2. Pada penelitian ini terdapat kelemahan tidak membedakan bumbu instan jenis kering dan bumbu instan yang basah. Oleh karena itu peneliti lain yang berminat melakukan penelitian sejenis, dapat melakukan penelitian dengan topik yang sama, namun dengan ruang lingkup penelitian yang lebih spesifik dengan menetapkan batasan yang jelas antara bumbu instan jenis kering dan basah.

,