

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pada penelitian ini responden adalah ibu rumah tangga yang mayoritas berumur 39 tahun. Mayoritas pekerjaan responden adalah ibu rumah tangga dengan persentase terbesar berpendidikan SMA (52,63%). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Total permintaan kecap manis konsumen rumah tangga pada penelitian adalah 38.133 ml/bulan. Konsumen rata-rata mengonsumsi kecap manis mencapai 501 ml dalam waktu sebulan. Ukuran kecap manis yang paling sering dibeli oleh konsumen adalah ukuran isi ulang (70-620ml). Untuk frekuensi pembelian konsumen rata rata membeli kecap manis satu hingga tiga kali dalam satu bulan. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kecap manis adalah harga kecap manis, harga gula, tingkat pendapatan, jumlah anggota keluarga.
2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja dan kepentingan rumah tangga yang telah terpenuhi oleh kecap manis sebesar 78,20 persen masuk dalam kriteria puas pada rentang skala 0,61-0,80, dengan jumlah rumah tangga puas sebanyak 53 orang (69,74%) dan tidak puas sebanyak 23 orang

(30,16%). Faktor yang berpengaruh nyata terhadap tingkat kepuasan konsumen adalah adalah usia, lama mengonsumsi, harga kecap manis dan lokasi pembelian.

B. Saran

1. Bagi produsen kecap manis agar dapat mempertahankan kepuasan konsumen terhadap kecap manis harus meningkatkan atribut promosi penjualan, iklan, dan desain kemasan.
2. Penelitian lain dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai referensi untuk penelitian sejenis misalnya untuk mengetahui permintaan dan tingkat kepuasan kecap manis maupun produk lain dengan menambahkan variabel dan atribut yang tidak dimasukkan pada penelitian, sehingga akan mengetahui lebih luas variabel atau atribut apa yang mempengaruhi permintaan dan kepuasan konsumen.