

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian yang kemudian telah dianalisa dengan menggunakan Analisis Multiatribut Fishbein, Diagram Kartesius, dan *Semantic Differential* maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan Analisis Multiatribut Fishbein

Pada produk indomie menunjukkan hasil sikap tiap atribut yang memiliki skor tertinggi yaitu pada harga sebesar 22.35 dan skor terendah terdapat pada atribut kemasan sebesar 19.15. Meskipun produk tergolong skor yang paling rendah namun 19.15 tetap masuk ke dalam kategori positif. Berdasarkan hasil analisis sikap konsumen terhadap produk indomie di dapatkan total skor sikap sebesar 103.64. Hal ini berarti konsumen memiliki sikap yang sangat positif terhadap produk indomie.

Sedangkan pada produk mie sedap menunjukkan hasil sikap tiap atribut yang memiliki skor tertinggi yaitu pada harga sebesar 21.36 dan skor terendah terdapat pada atribut merek sebesar 18.41. Meskipun produk tergolong skor yang paling rendah namun 18.41 tetap masuk ke dalam kategori positif. Berdasarkan hasil analisis sikap konsumen terhadap produk mie sedap di dapatkan total

skor sikap sebesar 98.29 Hal ini berarti konsumen memiliki sikap yang positif terhadap produk mie sedap.

2. Berdasarkan Diagram Kartesius

Pada produk indomie hasil tersebut menunjukan indikator yang masuk Kuadran A (Prioritas Utama) adalah mie instan Indomie memiliki tekstur mie yang lembut, Mie instan indomie terdapat informasi cara penyajian mie instan, Mie instan indomie mudah untuk dibuka, Mie instan indomie memiliki tag line yang mudah diingat, Mie instan indomie terdapat layanan konsumen mengenai mie instan. Kuadran B (Pertahankan Prestasi) adalah Mie instan indomie memiliki harga yang bersaing sesuai kualitas yang diberikan, Mie instan indomie memiliki rasa yang enak, Mie instan indomie memiliki harga yang relatif murah dengan rasa yang enak, Mie instan indomie memiliki kaya akan rasa disetiap bumbunya, Mie instan indomie memiliki harga yang relatif murah dengan isi yang membuat kenyang, Mie instan indomie memiliki identitas dan ciri tersendiri. Kuadran C (Prioritas Rendah) adalah Mie instan indomie terdapat informasi nilai gizi mie instan, Mie instan indomie bisa disimpan dimana saja, Mie instan indomie memiliki desain kemasan yang menarik. Kuadran D (Berlebihan) adalah indikator yang ada di kuadran D tidak ada.

Sedangkan pada produk Mie Sedap hasil tersebut menunjukan indikator yang masuk Kuadran A (Prioritas Utama) adalah Mie instan mie sedap terdapat informasi cara penyajian mie instan, Mie instan mie sedap terdapat layanan konsumen mengenai mie instan, Mie instan mie instan memiliki kaya akan rasa disetiap bumbunya, Mie instan mie sedap terdapat informasi nilai gizi mie instan, Mie instan mie sedap mudah untuk dibuka, Mie instan mie sedap memiliki identitas dan ciri tersendiri, Mie instan mie sedap memiliki tag line yang mudah diingat, Mie instan mie sedap memiliki tekstur mie yang lembut. Kuadran B (Pertahankan Prestasi) Mie instan Mie Sedaap memiliki harga yang bersaing sesuai kualitas yang diberikan, Mie instan mie sedap memiliki harga yang relatif murah dengan rasa yang enak, Mie instan mie sedap memiliki harga yang relatif murah dengan isi yang membuat kenyang, Mie Instan Mie Sedaap memiliki rasa yang enak. Kuadran C (Prioritas Rendah) Mie instan Mie Sedaap memiliki nama merek yang menarik, Mie instan Mie Sedaap bisa disimpan dimana saja, Mie instan Mie Sedaap memiliki desain kemasan yang menarik. Kuadran D (Berlebihan) adalah indikator yang ada di kuadran D tidak ada.

3. Berdasarkan *Semantic Differential*

Dari hasil *Semantic Differential* pada produk Indomie antara lain harga, merek, kemasan, label dan kualitas. Memiliki jarak dari garis kontinum antara evaluasi dan kepercayaan yang artinya Indomie masih belum bisa memenuhi atribut yang dianggap penting oleh konsumen.

Dan pada Mie Sedaap antara lain harga, merek, kemasan, label dan kualitas. Memiliki jarak dari garis kontinum antara evaluasi dan kepercayaan yang artinya Mie Sedaap masih belum bisa memenuhi atribut yang dianggap penting oleh konsumen.

4. Komparatif Sikap Konsumen

Ditunjukkan dari data hasil *Semantic Differential* adanya jarak antara Indomie dan Mie Sedaap dari tiap titik atributnya. Indomie memiliki atribut Harga dengan hasil sebanyak 22,35 ,atribut Merek dengan hasil sebanyak 20,29, atribut Kemasan dengan hasil 19,15 , atribut Label dengan hasil 19,91 , dan hasil terakhir menunjukan pada atribut Kualitas yaitu sebanyak 21,94. Sedangkan Mie Sedap memiliki atribut Harga dengan hasil sebanyak 21,36 ,atribut Merek dengan hasil sebanyak 18,41, atribut Kemasan dengan hasil 18,57 , atribut Label dengan hasil 19,70 , dan hasil terakhir menunjukan pada atribut Kualitas yaitu sebanyak 20,25.

5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data di atas adapun saran yang dapat penulis kemukakan, yaitu :

1. Multiatribut Fishbein

Dari hasil olah data multiatribut Fishbein Sikap konsumen terhadap Indomie adalah sangat positif. Saran penulis untuk produk indomie adalah dipertahankan lagi atribut Harga dan ditingkatkan lagi untuk atribut Kemasan.

Dan hasil olah data multiatribut Fishbein Sikap konsumen terhadap produk mie instan Mie Sedaap adalah positif. Saran penulis untuk produk mie instan Mie Sedaap adalah dipertahankan untuk atribut Harga dan ditingkatkan lagi untuk atribut Merek.

2. Diagram Kartesius

Dari hasil Diagram Kartesius pada Indomie indikator yang masuk Kuadran A harus lebih dimaksimalkan sesuai apa yang konsumen inginkan. Indikator yang masuk kuadran B harus dipertahankan dan ditingkatkan. Indikator yang masuk kuadran C lebih ditingkatkan dan dimaksimalkan sehingga konsumen sadar akan keberadaan indikator tersebut. Indikator yang masuk kuadran D tidak ada.

Dan dari hasil Diagram Kartesius pada produk Mie Sedaap indikator yang masuk Kuadran A harus lebih dimaksimalkan sesuai apa yang konsumen inginkan. Indikator yang masuk kuadran B harus dipertahankan dan ditingkatkan. Indikator yang masuk kuadran C lebih

ditingkatkan dan dimaksimalkan sehingga konsumen sadar akan keberadaan indikator tersebut. Indikator yang masuk kuadran D tidak ada.

3. *Semantic Differential*

Dari hasil *Semantic Differential* tiap atribut dari produk Mie instan Indomie yaitu harga, merek, kemasan, label dan kualitas harus ditingkatkan untuk memenuhi apa yang dianggap penting oleh konsumen.

Dan Dari hasil *Semantic Differential* tiap atribut dari produk mie instan Mie Sedaap yaitu harga, merek, kemasan, label dan kualitas harus ditingkatkan untuk memenuhi apa yang dianggap penting oleh konsumen.

4. Komparatif Sikap Konsumen

Dari hasil sikap konsumen baik dari Indomie dan Mie Sedaap harus meningkatkan kinerja nya dari tiap-tiap atribut nya, agar bisa memberikan keunggulan disetiap produk mie instan tersebut untuk menarik perhatian konsumen nya. Terlebih lagi untuk Mie Sedaap harus lebih meningkatkan lagi kinerja nya dari tiap atribut nya yaitu harga, merek, kemasan, label, dan kualitas agar bisa mengejar keunggulan pada tiap atribut yang dimiliki Indomie untuk memenuhi yang dianggap penting oleh konsumen dan bisa bersaing dengan kompetitor sejenisnya.