

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Persepsi konsumen mayoritas positif terhadap atribut rasa jeruk siam berbeda dengan rasa jeruk lain, ukuran jeruk siam besar, kulit jeruk siam tipis, ukuran jeruk siam mempengaruhi minat beli, bentuk jeruk siam bulat, permukaan jeruk siam halus dan licin, warna jeruk siam kuning kehijauan, warna mempengaruhi rasa buah jeruk siam, warna mempengaruhi minat beli, harga buah jeruk siam relatif lebih murah dibanding jeruk lain, harga jeruk siam mempengaruhi minat beli, jeruk siam mengandung vitamin C, kadar air jeruk siam lebih banyak dibanding jeruk lain, pengolahan jeruk siam sangat mudah. Rata-rata persepsi konsumen terhadap buah jeruk siam mengandung vitamin C.
2. Preferensi konsumen tinggi terhadap atribut buah jeruk siam karena rasanya manis, ukurannya besar, warnanya kuning kehijauan, harganya relatif lebih murah dibandingkan jeruk lain, mengandung vitamin C, mudah dikupas, bertekstur lunak, dan pengolahan jeruk siam sangat mudah. Rata-rata preferensi konsumen terhadap atribut buah jeruk siam mengandung vitamin C,
3. Terdapat hubungan antara persepsi dan preferensi konsumen terhadap atribut buah jeruk siam di Kota Jambi dengan keeratan hubungan lemah.

6.2 Saran

1. Bagi pembaca yang berminat meneliti lebih lanjut, disarankan untuk menambah wawasan menelaah secara mendalam mengenai persepsi masyarakat yang berkategori negatif mengenai rasa buah jeruk siam lebih manis dibanding buah jeruk lainnya.

2. Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas maka peneliti perlu memberikan saran bagi peneliti selanjutnya. Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian selanjutnya, karena dalam penelitian ini masih merasa banyak kekurangan yang masih harus diperbaiki.

