**BAB V**

**PENUTUP**

1. **Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu preferensi konsumen terhadap pemilihan produk masker di Jakarta. Dari hasil data, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Jenis Masker merupakan atribut pertama terpenting dalam keputusan pembelian masker. Selanjutnya yang kedua adalah atribut Produk Lokal/Import, yang ketiga adalah aroma dari masker dan terakhir atribut yang paling kurang penting adalah atribut Kemasan Masker.
2. Tingkat utilitas sub-atribut tertinggi untuk Jenis Masker adalah *Sheet Mask*. Urutan jenis masker yang disukai adalah yang pertama jenis *sheet mask*, kedua adalah *gel*, ketiga adalah *cream* ,dan terakhir adalah masker bubuk. Sedangkan untuk tingkat utilitas sub-atribut tertinggi untuk Asal Produk adalah Import. Berdasarkan hasil analisis, produk import lebih disukai oleh konsumen dibandingkan produk lokal. Lalu untuk tingkat utilitas sub-atribut tertinggi untuk Aroma adalah beraroma. Berdasarkan hasil analisis, konsumen lebih memilih produk masker yang memiliki aroma dibandingkan dengan produk masker yang tidak memiliki aroma. Terakhir untuk tingkat utilitas sub-atribut tertinggi untuk Kemasan adalah *Tube*/jar. Berdasarkan hasil analisis, konsumen masker lebih memilih membeli produk masker dengan kemasan yang berupa *Tube*/jar dibandingkan dengan produk masker dengan kemasan berupa *Sheet/*Plastik.
3. **Saran**

Berdasarkan pada hasil penilitian ini, maka peneliti memiliki beberapa saran yang ditunjukan untuk dua pihak, yaitu bagi pengusaha atau perusahaan dan juga bagi para peneliti lain yang akan melakukan kegiatan penelitian selanjutnya, di mana saran-saran tersebut dijelaskan berikut ini:

1. Bagi Pengusahan atau Perusahaan khususnya produk Masker Wajah:
2. Berdasarkan penelitian, sebaiknya target pasar yang dituju yaitu remaja dengan kisaran umur 18-24 tahun sehingga pemasaran maupun design produk lebih baik sesuai dengan trend atau disukai remaja. Sedangkan untuk penjualan produk lebih baik cenderung kearah *online*/melalui internet melihat dari kebiasaan target pasar yang banyak menggunakan internet. Namun tidak menutup kemungkinan untuk menjual secara *offline*.
3. Berdasarkan hasil analisis conjoint pada penelitian ini, perusahaan atau calon pengusaha yang ingin menjual produk Masker Wajah sangat disarankan untuk memproduksi Masker Wajah sesuai dengan preferensi konsumen. Informasi mengenai preferensi konsumen tersebut dapat dijadikan sebagai dasar dalam Penjualan, pengemasan dan perencanaan dari produk Masker Wajah. Dimana diketahui atribut yang disukai dan diharapkan oleh konsumen pada suatu produk masker yaitu Produk Import yang memiliki Aroma berjenis *Sheet Mask* namun dengan kemasan *Tube*/Jar dimana dalam 1 kemasan masker terdapat lebih dari 1 masker yang dapat digunakan konsumen.
4. Untuk penelitian lebih lanjut:
5. Ruang lingkup untuk penelitian ini adalah produk Masker Wajah. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian pada skala yang lebih besar, misalnya beberapa produk Masker lainnya guna mengetahui apakah penelitian yang sama di kategori produk yang berbeda juga menampilkan hasil yang serupa.
6. Untuk analisis conjoint pada penelitian ini, konsumen hanya diminta untuk memberikan penilaian pada kombinasi produk Masker berupa Jenis Masker, aroma, kemasan, dan Asal Produk. Penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan menambah atribut lain dari produk Masker.
7. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan metode tambahan atau menggunakan teknik analisis lain, dengan menggunakan metode campuran untuk analisis masalah yang lebih dalam yang akan semakin sesuai dan menghasilkan informasi yang sangat andal yang dapat diterapkan untuk perusahaan atau calon pengusaha. Untuk hasil yang lebih rinci dan lebih baik, dapat menggunakan *software* statistik lainnya.