

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan dari hasil perhitungan *k-means clustering* kata-kata *kansei* terkelompok menjadi 3 *cluster*, yaitu *cluster* 1 dengan label “Tradisional” terdapat 21 kata *kansei*, *cluster* 2 dengan label “Berkelas” terdapat 13 kata *kansei*, dan *cluster* 3 dengan label “Menarik” terdapat 26 kata *kansei*.
2. Berdasarkan dari hasil pengujian statistik semua elemen desain kemasan berpengaruh terhadap kata-kata *kansei* pada *cluster* 1 sebesar 93,25 %, pada *cluster* 2 sebesar 97,64 %, dan pada *cluster* 3 sebesar 93,25 % dilihat dari nilai R square. Dari uji F statistik semua elemen desain berpengaruh signifikan terhadap kata-kata *kansei* pada *cluster* 1, *cluster* 2, dan *cluster* 3. Sementara dari nilai p-value hanya elemen desain kemasan 1 yaitu desain yang berpengaruh kuat terhadap kata-kata *kansei* pada *cluster* 1, *cluster* 2, dan *cluster* 3. Elemen desain kemasan lainnya yaitu warna, bentuk, dan bahan kurang berpengaruh terhadap kata-kata *kansei* di tiga *cluster* tersebut.
3. Berdasarkan perhitungan dengan persamaan regresi linier elemen desain terbaik untuk kemasan produk kerupuk gendar adalah pada sampel satu dengan kriteria elemen desain sebagai berikut :
 - a. Desain : Kompleks (3)
 - b. Warna : Cerah (3)
 - c. Bentuk : Kotak (3)
 - d. Bahan : Plastik (3)

4. Dari hasil verifikasi model BPMN tidak terdapat *error* dan *warning*. Maka dapat dikatakan model sistem informasi untuk menentukan elemen desain kemasan produk kerupuk gendar sudah optimal dan dapat dijalankan.

V.2 Saran

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dengan menggunakan metode *kansei engineering* penggunaan kata kansei, sampel kemasan dan elemen desain lebih banyak dan lebih spesifik lagi.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan elemen desain kemasan terpilih dapat dievaluasi dengan penyebaran kuisioner kembali untuk mengetahui apakah kemasan yang baru sudah sesuai keinginan konsumen atau belum.
3. Perlunya pembuatan sistem informasi yang lebih baik lagi agar dapat membantu dalam membuat keputusan manajemen.

