

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Analisis penerimaan sensori terhadap nugget lele menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam penerimaan antara berbagai kelompok demografi. Dari segi jenis kelamin, laki-laki memberikan total poin penilaian yang lebih tinggi dibandingkan perempuan, menunjukkan bahwa pasar potensial nugget lele lebih besar di kalangan laki-laki. Selain itu, analisis usia menunjukkan bahwa kelompok usia 21-30 tahun memberikan total poin tertinggi, menjadikannya target pasar utama untuk produk ini.

Selanjutnya, faktor kegiatan menunjukkan bahwa individu yang bekerja memberikan total poin tertinggi dibandingkan dengan kelompok lainnya seperti pelajar, mahasiswa, dan ibu rumah tangga. Ini menunjukkan bahwa nugget lele lebih diminati oleh mereka yang sibuk bekerja. Terakhir, dari segi frekuensi mengonsumsi ikan lele, panelis yang jarang mengonsumsi ikan lele memberikan total poin tertinggi, mengindikasikan bahwa produk ini dapat menarik minat konsumen yang tidak sering mengonsumsi ikan lele. Secara keseluruhan, nugget lele memiliki daya tarik yang kuat di berbagai segmen demografi, terutama di kalangan laki-laki, kelompok usia 21-30 tahun, individu yang bekerja, dan mereka yang jarang mengonsumsi ikan lele.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil analisis ini adalah untuk mempertahankan kualitas produk nugget lele dan memastikan bahwa produk tersebut bisa didapatkan oleh konsumen dari berbagai latar belakang demografi. Strategi pemasaran yang inklusif dan pengembangan produk yang mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi yang bervariasi di antara konsumen dapat membantu meningkatkan penerimaan dan kepuasan konsumen terhadap produk nugget lele. Penulis juga dapat mempertimbangkan untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi penerimaan konsumen terhadap produk ini.