

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

##### **1. Karakteristik konsumen bakso di kota Gorontalo**

Karakteristik konsumen bakso di Kecamatan Kota Tengah Kota Gorontalo, sebagaimana yang diperoleh dari hasil survei pada penelitian ini yaitu jika dilihat dari faktor usia, konsumen bakso di kota Gorontalo rata-rata berusia produktif (19-25 tahun), berjenis kelamin perempuan dengan pendidikan terakhir SMU/Sederajat, pekerjaan sebagai mahasiswa, dan dari tingkat pendapatan perbulan Rp < 500.000,00.

##### **2. Kelompok yang dominan mengkonsumsi bakso di kota Gorontalo**

Kelompok yang dominan mengkonsumsi bakso di Kecamatan Kota Tengah Kota Gorontalo adalah Kelompok perempuan yang menganggap bakso merupakan makanan jajanan/cemilan yang bergizi dengan aroma bakso daging rebus, warna abu-abu putih, jumlah bakso 5–6 butir seporsi. Hal ini disebabkan karena perempuan merupakan kalangan yang menyukai kuliner.

Kebanyakan konsumen bakso mengetahui keberadaan bakso untuk pertama kali dan seringkali dari "Teman" konsumen dan sementara isi informasi yang di informasikan adalah rasa bakso. Alasan memilih kios adalah tempat terdekat dan tetap mencari variasi walaupun merasa puas dengan pembelian perbulan antara 4 – 6 kali, dan harga bakso Rp. 10.000,00 seporsi untuk bakso biasa dan Rp.13.000,00 untuk bakso tenis, menurut konsumen harga tersebut masih dapat dikategorikan terjangkau.

## **B. Saran**

Saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Hindari pemakaian bahan-bahan yang berbahaya terhadap kesehatan di dalam produk makanan bakso, karena hal ini sangat merugikan bagi para konsumen dan seluruh peminat bakso.
2. Pedagang bakso kios harus mampu melakukan pengembangan produk bakso searah dengan preferensi atau selera konsumen yang tentunya harga bakso harus disesuaikan dengan persepsi harga menurut sudut pandang konsumen. Lokasi kios dan tata ruang harus dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.
3. Perlu diupayakan strategi pemasaran produk bakso yang lebih menyeluruh agar dapat meningkatkan penjualan terutama dalam hal promosi produk bakso. Disamping itu perlu juga mencari kreasi baru dalam hal penyajian dan kemasan produk bakso agar dapat memudahkan konsumen dalam pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung. 2010. karakteristik konsumen Nutrilite Salmon Omega 3 di Kota Bogor. Skripsi. Program Sarjana Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Artayati. 2009. karakteristik konsumen *Cimory Yoghurt* di Cimory Shop Bogor. Skripsi. Program Sarjana Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Atmarita, Fallah TS. 2004. Analisis Situasi Gizi dan Kesehatan Masyarakat. Di dalam: Widya Karya Pangan Gizi VIII. Jakarta : Lembaga Penelitian Indonesia.
- Astawan, W. 1989. Teknologi Pengolahan Pangan Tepat Guna. CV. Akademika Pressindo, Jakarta.
- Aulia, 1998. Pengembangan Aroma dan Cita Rasa Bakso dengan Penggunaan Flavour. Skripsi. Fateta. IPB, Bogor.
- Badan Pusat Statistik Kota Gorontalo 2011.
- Cahyadi, W. 2006. Analisis dan Aspek Kesehatan Bahan Tambahan Pangan. Bumi Aksara, Jakarta.
- Egan Jhon, 2004, Relationship Marketing, Second Edition, Pretince Hall: Financial Times.
- Handoko, H., 2011,. Manajemen Sumber Daya Manusia dan Personalia. Yogyakarta : BPFE UGM.
- Hermanianto, J. dan R.Y. Andayani. 2002. Studi perilaku konsumen dan identifikasi parameter bakso sapi berdasarkan preferensi konsumen di wilayah DKI Jakarta. Jurnal Teknologi dan Indutri Pangan 13(1): 1-10.
- Ikhwan, A. 2007. karakteristik pelanggan Gumati kafe di Bogor. Skripsi. Program Sarjana Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo, 2002. Metodologi Penelitian Bisnis, Edisi Pertama, Yogyakarta : BPFE UGM.
- Kotler, Philip, & Kevin Lane, Keller, (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks

- Kotler, P. dan Armstrong, G., 1996. Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1 ( *Principles of Marketing 7e* ). Prendallindo. Jakarta
- Loudon, D.L., & AJ., Dellabitta, 1984. *Consumen Behaviour*. Mc Graw H International Books Co. '; Singapore
- Madanijah, S., 2004. *Pendidikan Gizi Dalam Pengantar Pengadaan Pangan dan Gizi*. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Prasetijo dan Ihalauw. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Setiadi, N.J., 2003. *Perilaku Konsumen dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian pemasaran*. Kencana. Jakarta.
- SNI 01 – 3818 – 1995. *Syarat Mutu Produk Bakso Daging*. Jakarta : Badan Standardisasi Mutu Nasional.
- Soekirman. 2000. *Ilmu Gizi dan Aplikasinya Untuk Keluarga dan Masyarakat*. Jakarta : Ditjen Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional.
- Suhardjo. 1989. *Sosio Budaya Gizi*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Pusat Antar Universitas Pangan Dan Gizi Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Sulistiyawati, E. 2004. Analisis faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk patung kayu pada toko kerajinan di Kecamatan Sukawati, Gianyar, Bali. Kumpulan artikel Seminar Hasil Penelitian. Bidang kajian Perilaku Konsumen. Program Magister Manajemen Universitas Brawijaya Malang. Hal. 67-84.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kelima Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Tarwotjo, I., S. Hartini, S. Soekirman, dan Soekarno. 1971. *Komposisi Tiga Jenis Bakso*. Akademi Gizi, Jakarta.142
- Tiven, N. C., S. Edi ., dan Rusman. 2007. *Komposisi Kimia, Sifat Fisik, dan Organoleptik Bakso Daging Kambing dengan Bahan Pengenyal yang Berbeda*. J. Agritech 27 : 1 - 6.
- Wahyudin (1993) *Perdagangan Bakso di Salatiga*. Tesis. Program Pasca Sarjana. IPB, Bogor
- Winkel, W.S. 1984. *Psikologi Pendidikan dan Evaluasi Belajar*. PT Gramedia ,Jakarta
- Wirartha, I. M. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta.

- (Yusrizal, 2000) Karakteristik Pedagang dan Prod uk Bakso Sapi serta Nilai Tambah Bakso Sapi di Kota Bogor. Skripsi. Fapet. IPB, Bogor.
- Yulianto. 2010. karakteristik konsumen minuman probiotik yakult dan vitacharm di Kota Bogor. Skripsi. Program Sarjana Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.