

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis deskriptif dan statistik dari masing-masing karakteristik konsumen yaitu jenis kelamin dan uang kiriman orang tua memiliki motivasi yang berbeda beda dari tiap-tiap atribut yang ada.

1. Dalam karakteristik jenis kelamin diketahui bahwa atribut yang paling memotivasi konsumen adalah konsumen pria dimana atribut yang paling memotivasinya adalah atribut image yang tertanam dibenak konsumen dengan relatif skor terbesar yaitu 4,78. Sedangkan jika dilihat dari masing-masing jenis kelamin pada konsumen pria atribut yang paling memotivasi adalah atribut image yang tertanam dibenak konsumen, dan pada konsumen wanita adalah atribut sudah teruji khasiatnya.
2. Pada karakteristik uang kiriman orang tua diketahui bahwa uang kiriman orang tua yang memiliki motivasi paling besar adalah uang kiriman >Rp.800.000 dimana atribut yang paling memotivasinya adalah atribut jenis produk yang beraneka ragam dengan relatif skor terbesar yaitu 6,11. Sedangkan jika dilihat dari masing-masing uang kiriman, konsumen dengan uang kiriman < Rp.400.000 atribut yang paling memotivasinya adalah atribut kemasan yang menarik dan ukuran produk yang beraneka ragam. Pada uang kiriman Rp.400.000 – Rp.800.000 atribut yang paling memotivasi adalah atribut harga yang terjangkau,

sedangkan pada uang kiriman > Rp.800.000 atribut yang paling memotivasi adalah jenis produk yang beraneka ragam

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari penelitian, maka saran - saran yang diberikan peneliti kepada perusahaan adalah:

1. Atribut image yang tertanam dibenak konsumen adalah atribut yang paling memotivasi konsumen pria, penulis menyarankan kepada perusahaan agar tidak merusak image yang sudah ada dengan cara mempertahankan kualitas produk pasta gigi pepsodent, selain itu lebih mengencarkan promosi produk melalui iklan baik media cetak maupun elektronik.
2. Atribut sudah teruji khasiatnya adalah atribut yang paling memotivasi konsumen wanita, saran yang diberikan adalah dengan lebih menambah khasiat yang ada pada pasta gigi pepsodent, seperti dengan melakukan berbagai penelitian agar nantinya dapat dihasilkan produk dengan khasiat yang belum ada pada saat ini. Sehingga produk tersebut dapat meningkatkan daya saing pasta gigi pepsodent di pasaran.
3. Atribut kemasan yang menarik dan ukuran produk yang beraneka ragam adalah atribut yang paling memotivasi konsumen dengan uang kiriman < Rp.400.000, saran yang diberikan adalah agar dapat mempertahankan kemasan yang sudah menarik dimata konsumen, corak dari kemasan sebaiknya menggunakan warna - warna yang lebih ceria, dimana kemasan tersebut lebih menarik dibandingkan milik para pesaing.

4. Atribut harga yang terjangkau adalah atribut yang paling memotivasi konsumen dengan uang kiriman antara Rp.400.000 hingga Rp.800.000, sebaiknya dapat mempertahankannya sekaligus dapat menyesuaikan harga dengan kualitas. Konsumen biasanya tertarik dengan produk yang kualitasnya tinggi dengan harga yang terjangkau.
5. Jenis produk yang beraneka ragam adalah atribut yang paling memotivasi konsumen dengan uang kiriman > Rp.800.000. Jenis produk pepsodent sudah beraneka ragam, namun sebaiknya perusahaan dapat menciptakan lagi jenis produk baru yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

