

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Ada beberapa kesimpulan yang dapat dikemukakan berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya. Adapun kesimpulan-kesimpulan tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis sikap Fishbein terhadap jamu tradisional Sido Muncul dapat kita lihat bahwa rata-rata responden memberikan penilaian sikap yang baik. Hal tersebut dapat dilihat dari posisi nilai skor sikap yang berada pada interval positif yang berarti penilaian skor sikap berada pada kategori penilaian baik. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan oleh peneliti pada awal bab adalah terbukti.
2. Berdasarkan analisis perbedaan sikap konsumen terhadap jamu tradisional Sido Muncul berdasarkan karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia dan pendapatan responden, dapat dilihat bahwa rata-rata responden atau konsumen jamu tradisional Sido Muncul tidak mempunyai penilaian sikap yang berbeda secara signifikan terhadap produk jamu tersebut.

## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan di atas, ada beberapa saran yang dapat dikemukakan kepada pihak manajemen Sido Muncul berkaitan dengan hasil dari penelitian ini. Saran-saran tersebut antara lain:

1. Karena telah terbukti bahwa konsumen mempunyai sikap yang baik terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul, maka pihak manajemen harus melakukan sebuah kebijakan yang diharapkan dapat menambah penilaian sikap konsumen terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul. Kebijakan manajemen dapat dilakukan dengan cara meningkatkan citra ataupun image produk jamu dengan melakukan pembelajaran masyarakat. Pembelajaran masyarakat tersebut dapat berupa pembagian brosur kepada masyarakat atau kerjasama dengan media masa untuk lebih mempromosikan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk jamu tradisional Sido Muncul. Hal ini penting agar konsumen dapat memperoleh informasi yang sejelas-jelasnya tentang produk jamu tradisional Sido Muncul, keunggulan produk jamu tradisional Sido Muncul dibandingkan dengan produk jamu tradisional lain, serta informasi harga yang dibutuhkan konsumen. Dengan kebijakan tersebut diharapkan sikap konsumen terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul akan semakin baik, sehingga mampu meningkatkan tingkat penjualan serta tingkat konsumsi konsumen terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul

2. Selain proses peningkatan citra atau image terhadap kesepuluh atribut tersebut manajemen juga dapat melakukan strategi pemasaran yang sama terhadap berbagai konsumen tanpa membedakan karakteristik konsumen seperti jenis kelamin, usia, maupun pendapatan. Hal tersebut didasarkan pada alasan bahwa responden atau konsumen mempunyai penilaian sikap yang tidak berbeda secara signifikan terhadap jamu tradisional Sido Muncul.

