

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis tentang sikap konsumen terhadap pembelian rokok Djarum Super pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis karakteristik responden yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia menunjukkan bahwa :
  - Mayoritas konsumen rokok Djarum Super adalah berusia antara 20-23 tahun dengan jumlah 51 orang atau 53,12% dari total 96 responden.
  - Mayoritas konsumen rokok Djarum Super adalah mempunyai besar uang saku atau pendapatan per bulan antara Rp. 500.000; - Rp. 599.000; dengan jumlah 34 orang atau 35,47% dari total 96 responden.
2. Hasil analisis sikap konsumen menunjukkan bahwa total sikap konsumen dalam membeli rokok Djarum Super adalah 12.173, yang jika dilihat pada skala interval berada pada kategori penilaian positif. Namun skor sikap pada masing-masing atribut produk tidak semuanya menunjukkan interpretasi positif. Atribut kemasan produk (desain kemasan menarik), serta kadar tar dan nikotin (kadar tar tidak berlebihan dan kadar nikotin tidak berlebihan) pada hasil perhitungan dan interpretasi penilaian sikap menunjukkan sikap netral.

3. Hasil analisis uji F yang dilakukan terhadap sikap konsumen berdasarkan karakteristik usia diperoleh nilai F hitung sebesar 6,832. Dengan demikian maka nilai F hitung  $>$  F tabel (3,094). Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik usia terhadap pembelian rokok Djarum Super.
4. Hasil analisis uji F yang dilakukan terhadap sikap konsumen berdasarkan karakteristik jumlah uang saku diperoleh nilai F hitung sebesar 5,021. Dengan demikian maka nilai F hitung  $>$  F tabel (2,472). Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik jumlah uang saku terhadap pembelian rokok Djarum Super.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka dapat dikemukakan beberapa saran bagi perusahaan sebagai berikut :

1. Karena telah terbukti bahwa atribut kemasan produk (desain kemasan menarik), serta kadar tar dan nikotin (kadar tar tidak berlebihan dan kadar nikotin tidak berlebihan) pada hasil perhitungan dan interpretasi penilaian sikap menunjukkan sikap netral., maka pihak perusahaan harus membuat strategi produk yang tepat untuk bisa membuat konsumen mempunyai penilaian sikap yang positif terhadap atribut-atribut produk tersebut. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan desain kembali kemasan rokok Djarum Super tersebut dengan menambahkan motif-motif yang dapat menimbulkan kesan baru pada kemasan, atau dengan mengubah *style* pada

teks kemasan sehingga produk tersebut dapat mempunyai tampilan baru. Selain itu juga dengan melakukan riset untuk dapat menurunkan kadar tar dan nikotin dalam produk itu sendiri. Perusahaan tentu saja harus tetap memperhatikan citarasa yang ada pada produk, sehingga konsumen dapat menjadi lebih puas dalam menikmati rokok Djarum Super tersebut nantinya.

2. Karena telah terbukti adanya perbedaan sikap konsumen yang signifikan pada kategori profil responden berdasarkan usia dan uang saku, maka pihak perusahaan harus dapat memenuhi apa yang diinginkan konsumen sesuai dengan karakteristiknya tersebut. Oleh karena itu pihak perusahaan harus membuat produk yang tepat untuk masing – masing konsumen yang berbeda – beda jumlah uang saku dan usianya. Hal ini dapat dilakukan dengan mencari dan menentukan titik temu tentang apa saja yang diinginkan oleh masing-masing konsumen tersebut. Setelah itu perusahaan dapat menentukan perubahan apa sajakah yang harus dilakukan pada produk, sehingga konsumen dari berbagai karakteristik pun akan dapat menerima produk tersebut dengan baik.