

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik rumah tangga konsumen susu cair di Kecamatan Jaten yaitu 80% responden merupakan wanita, 36% berusia diantara 31-40 tahun, jumlah anggota keluarga 25% terdiri dari 6 orang, tingkat pendidikan responden 36% SMA, pendapatan 58% berkisar Rp 2.000.000 – 2.500.000/bulan, pengeluaran untuk konsumsi susu cair responden 56% yaitu Rp 10.000-25.000/bulan, dan jumlah konsumsi susu cair 50% sebanyak 3-4 kotak/bulan.
2. Proses keputusan pembelian susu cair terdiri dari lima tahapan :
 - Pengenalan kebutuhan, alasan konsumen memilih produk susu cair karena praktis. Manfaat yang diharapkan konsumen setelah mengkonsumsi susu cair yaitu membuat tubuh lebih sehat.
 - Pencarian informasi, pengalaman dalam mengkonsumsi produk susu cair dijadikan sumber informasi oleh konsumen. Fokus perhatian dari sumber informasi adalah kualitas produk. Bentuk promosi susu cair yang paling disukai konsumen adalah pemberian diskon.

- Evaluasi alternatif, atribut yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam membeli produk susu cair adalah kualitas produk meliputi rasa dan daya tahan.
 - Keputusan pembelian, susu cair merek Ultramilk merupakan produk yang paling banyak dibeli oleh konsumen. Konsumen lebih suka membeli susu di minimarket serta memutuskan pembelian secara terencana.
 - Perilaku pasca pembelian, konsumen akan mencari ke tempat lain apabila merek susu cair yang disukainya tidak ada. Walaupun terjadi kenaikan harga pada merek yang disukainya konsumen akan tetap membeli produk tersebut. Konsumen puas dengan susu cair yang dibeli dan berminat mengkonsumsi susu cair tersebut kembali.
3. Preferensi susu cair yang paling disukai konsumen yaitu memiliki rasa mocca, harga kurang dari Rp 5.000 per kemasan, memiliki merek yang terkenal, kemasan kotak dan memiliki informasi kadaluarsa yang jelas. Berdasarkan *importance value*, atribut yang paling diprioritaskan konsumen berturut-turut adalah informasi kadaluarsa, harga, rasa, merek, dan kemasan.

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berkaitan dengan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Produsen hendaknya juga memperjelas informasi produk pada kemasan karena atribut ini merupakan atribut yang paling di dipertimbangkan oleh konsumen.
2. Produsen harus memaksimalkan layanan dan mutu produk serta mengimbangnya dengan kegiatan pemasaran yang terkoordinasi dengan baik. Berikan konsumen pengalaman yang baik ketika mengkonsumsi produk susu cair supaya dapat membangun *brand images* yang bagus di benak para konsumen.
3. Produsen hendaknya memaksimalkan fungsi promosi yang baik supaya dapat menarik minat para konsumen.