

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis data pada Bab IV dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sebagian besar konsumen yang memilih produk susu sapi dari Perusahaan Susu Sapi Nglames Madiun, yaitu responden dengan jenis kelamin wanita dengan usia 25-49 tahun, pendidikan SLTA, pekerjaan wiraswasta dengan penghasilan sebesar Rp 300.000,- sampai Rp 699.999,- perbulan, dengan ukuran pembelian 330 cc dan pilihan rasa putih biasa.
2. Berdasarkan pengujian dengan uji *chi square* dengan menggunakan program *microstat*, dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:
 - a. Hubungan antara variabel jenis kelamin dengan faktor pertimbangan dalam memutuskan memilih produk susu sapi dari Perusahaan Susu Sapi Nglames Madiun:
 - 1) Tidak ada pengaruh antara jenis kelamin dengan kemurnian.
 - 2) Ada pengaruh antara jenis kelamin dengan rasa/aroma.
 - 3) Tidak ada pengaruh antara jenis kelamin dengan kebersihan/*hygienis*.
 - 4) Ada pengaruh antara jenis kelamin dengan harga relatif murah.

- 5) Tidak ada pengaruh antara jenis kelamin dengan *discount* untuk pembelian dalam jumlah tertentu.
 - 6) Ada pengaruh antara jenis kelamin dengan ketepatan waktu dalam pengiriman.
 - 7) Tidak ada pengaruh antara jenis kelamin dengan ketersediaan produk dalam jumlah yang banyak.
 - 8) Tidak ada pengaruh antara jenis kelamin dengan kemudahan untuk mendapatkan.
 - 9) Tidak ada pengaruh antara jenis kelamin dengan promosi yang gencar.
 - 10) Tidak ada pengaruh antara jenis kelamin dengan kemudahan mendapatkan informasi tentang produk.
- b. Hubungan antara variabel usia dengan faktor pertimbangan dalam memutuskan memilih produk susu sapi dari Perusahaan Susu Sapi Nglames Madiun:
- 1) Tidak ada pengaruh antara usia dengan kemurnian.
 - 2) Ada pengaruh antara usia dengan rasa/aroma.
 - 3) Ada pengaruh antara usia dengan kebersihan/*hygienis*.
 - 4) Tidak ada pengaruh antara usia dengan harga relatif murah.
 - 5) Tidak ada pengaruh antara usia dengan *discount* untuk pembelian dalam jumlah tertentu.

- 6) Tidak ada pengaruh antara usia dengan ketepatan waktu dalam pengiriman.
 - 7) Tidak ada pengaruh antara usia dengan ketersediaan produk dalam jumlah yang banyak.
 - 8) Tidak ada pengaruh antara usia dengan kemudahan untuk mendapatkan.
 - 9) Ada pengaruh antara usia dengan promosi yang gencar.
 - 10) Tidak ada pengaruh antara usia dengan kemudahan mendapatkan informasi tentang produk.
- c. Hubungan antara variabel pendidikan dengan faktor pertimbangan dalam memutuskan memilih produk susu sapi dari Perusahaan Susu Sapi Nglames Madiun:
- 1) Tidak ada pengaruh antara pendidikan dengan kemurnian.
 - 2) Tidak ada pengaruh antara pendidikan dengan rasa/aroma.
 - 3) Tidak ada pengaruh antara pendidikan dengan kebersihan/*hygienis*.
 - 4) Tidak ada pengaruh antara pendidikan dengan harga relatif murah.
 - 5) Ada pengaruh antara pendidikan dengan *discount* untuk pembelian dalam jumlah tertentu.
 - 6) Tidak ada pengaruh antara pendidikan dengan ketepatan waktu dalam pengiriman.
 - 7) Tidak ada pengaruh antara pendidikan dengan ketersediaan produk dalam jumlah yang banyak.

- 8) Tidak ada pengaruh antara pendidikan dengan kemudahan untuk mendapatkan.
 - 9) Tidak ada pengaruh antara pendidikan dengan promosi yang gencar.
 - 10) Tidak ada pengaruh antara pendidikan dengan kemudahan mendapatkan informasi tentang produk.
- d. Hubungan antara variabel pekerjaan dengan faktor pertimbangan dalam memutuskan memilih produk susu sapi dari Perusahaan Susu Sapi Nglames Madiun:
- 1) Tidak ada pengaruh antara pekerjaan dengan kemurnian.
 - 2) Tidak ada pengaruh antara pekerjaan dengan rasa/aroma.
 - 3) Tidak ada pengaruh antara pekerjaan dengan kebersihan/*hygienis*.
 - 4) Tidak ada pengaruh antara pekerjaan dengan harga relatif murah.
 - 5) Ada pengaruh antara pekerjaan dengan *discount* untuk pembelian dalam jumlah tertentu.
 - 6) Tidak ada pengaruh antara pekerjaan dengan ketepatan waktu dalam pengiriman.
 - 7) Tidak ada pengaruh antara pekerjaan dengan ketersediaan produk dalam jumlah yang banyak.
 - 8) Tidak ada pengaruh antara pekerjaan dengan kemudahan untuk mendapatkan.
 - 9) Tidak ada pengaruh antara pekerjaan dengan promosi yang gencar.

- 10) Tidak ada pengaruh antara pekerjaan dengan kemudahan mendapatkan informasi tentang produk.
- e. Hubungan antara variabel penghasilan dengan faktor pertimbangan dalam memutuskan memilih produk susu sapi dari Perusahaan Susu Sapi Nglames Madiun:
- 1) Tidak ada pengaruh antara penghasilan dengan kemurnian.
 - 2) Ada pengaruh antara penghasilan dengan rasa/aroma.
 - 3) Tidak ada pengaruh antara penghasilan dengan kebersihan/*hygienis*.
 - 4) Ada pengaruh antara penghasilan dengan harga relatif murah.
 - 5) Ada pengaruh antara penghasilan dengan *discount* untuk pembelian dalam jumlah tertentu.
 - 6) Ada pengaruh antara penghasilan dengan ketepatan waktu dalam pengiriman.
 - 7) Tidak ada pengaruh antara penghasilan dengan ketersediaan produk dalam jumlah yang banyak.
 - 8) Tidak ada pengaruh antara penghasilan dengan kemudahan untuk mendapatkan.
 - 9) Ada pengaruh antara penghasilan dengan promosi yang gencar.
 - 10) Tidak ada pengaruh antara penghasilan dengan kemudahan mendapatkan informasi tentang produk.

- f. Hubungan antara variabel ukuran pembelian dengan faktor pertimbangan dalam memutuskan memilih produk susu sapi dari Perusahaan Susu Sapi Nglames Madiun:
- 1) Tidak ada pengaruh antara ukuran pembelian dengan kemurnian.
 - 2) Ada pengaruh antara ukuran pembelian dengan rasa/aroma.
 - 3) Tidak ada pengaruh antara ukuran pembelian dengan kebersihan/*hygienis*.
 - 4) Tidak ada pengaruh antara ukuran pembelian dengan harga relatif murah.
 - 5) Ada pengaruh antara ukuran pembelian dengan *discount* untuk pembelian dalam jumlah tertentu.
 - 6) Tidak ada pengaruh antara ukuran pembelian dengan ketepatan waktu dalam pengiriman.
 - 7) Tidak ada pengaruh antara ukuran pembelian dengan ketersediaan produk dalam jumlah yang banyak.
 - 8) Tidak ada pengaruh antara ukuran pembelian dengan kemudahan untuk mendapatkan.
 - 9) Tidak ada pengaruh antara ukuran pembelian dengan promosi yang gencar.
 - 10) Ada pengaruh antara ukuran pembelian dengan kemudahan mendapatkan informasi tentang produk.

g. Hubungan antara variabel pilihan rasa dengan faktor pertimbangan dalam memutuskan memilih produk susu sapi dari Perusahaan Susu Sapi Nglames Madiun:

- 1) Tidak ada pengaruh antara pilihan rasa dengan kemurnian.
- 2) Ada pengaruh antara pilihan rasa dengan rasa/aroma.
- 3) Tidak ada pengaruh antara pilihan rasa dengan kebersihan/*hygienis*.
- 4) Ada pengaruh antara pilihan rasa dengan harga relatif murah.
- 5) Tidak ada pengaruh antara pilihan rasa dengan *discount* untuk pembelian dalam jumlah tertentu.
- 6) Tidak ada pengaruh antara pilihan rasa dengan ketepatan waktu dalam pengiriman.
- 7) Ada pengaruh antara pilihan rasa dengan ketersediaan produk dalam jumlah yang banyak.
- 8) Tidak ada pengaruh pilihan rasa dengan kemudahan untuk mendapatkan.
- 9) Tidak ada pengaruh antara pilihan rasa dengan promosi yang gencar.
- 10) Tidak ada pengaruh antara pilihan rasa dengan kemudahan mendapatkan informasi tentang produk.

3. Dari hasil pengujian dapat diketahui sebagai berikut:
 - a. Rasa/aroma memiliki pengaruh terhadap karakteristik konsumen yaitu terhadap jenis kelamin, usia, penghasilan, ukuran, pembelian, dan pilihan rasa.
 - b. *Discount* untuk pembelian dalam jumlah tertentu memiliki pengaruh terhadap karakteristik konsumen yaitu terhadap pendidikan, pekerjaan, penghasilan, dan ukuran pembelian.
 - c. Harga relatif murah memiliki pengaruh terhadap karakteristik konsumen yaitu jenis kelamin, penghasilan, dan pilihan rasa.
 - d. Ketepatan waktu dalam pengiriman memiliki pengaruh terhadap karakteristik konsumen yaitu jenis kelamin dan penghasilan.
 - e. Kebersihan/*hygienist* memiliki pengaruh terhadap karakteristik konsumen yaitu usia, ketersediaan produk dalam jumlah yang banyak memiliki pengaruh terhadap karakteristik konsumen yaitu pilihan rasa dan kemudahan untuk mendapatkan informasi tentang produk mempunyai pengaruh terhadap karakteristik konsumen yaitu pilihan rasa.

B. Saran

Dari hasil analisis penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan pangsa pasar dari Perusahaan Susu Sapi Nglames Madiun, hendaknya perusahaan tetap mempertahankan dan meningkatkan rasa/aroma yang dihasilkannya serta dengan memperhatikan selera dari konsumen agar produk yang dihasilkannya tetap digemari oleh konsumennya.
2. Perusahaan Susu Sapi Nglames hendaknya memperhatikan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen seperti pemberian *discount* untuk pembelian dalam jumlah tertentu, karena faktor tersebut berpengaruh terhadap keputusan memilih produk dari perusahaan.
3. Untuk mampu bersaing dengan perusahaan sejenis lain, perusahaan hendaknya memberikan harga yang kompetitif, serta memperhatikan ketepatan waktu dalam pengiriman dan meningkatkan promosi untuk dapat menarik konsumen.
4. Perusahaan hendaknya mengadakan studi lebih lanjut mengenai faktor-faktor perilaku konsumen di dalam memutuskan memilih produknya, sehingga pihak perusahaan lebih mengetahui dengan jelas apa yang diinginkan oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 1977. *Statistika Induktif Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta. UPP AMP YKPN.
- Donald, R. Copper dan C. William Emory. 1993. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 5. Erlangga.
- James, F. Engel, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi 6. Binarupa Aksara.
- Kotler, Philip. 1993. *Marketing*. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip. 1993. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 7. Terjemahan Adi Zakaria Atitt. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Samsuar, Saleh. 1996. *Statistik Induktif*. Yogyakarta. UPP AMK YKPN.
- Stanton, William J., 1991. *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. Mandarmaju.