

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka pada bab ini akan diambil beberapa kesimpulan dan saran-saran yang mungkin berguna bagi perusahaan.

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis yang telah dilakukan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa 54,76 % responden yang mengkonsumsi minuman ringan berusia antara 20-29 tahun dengan profesi sebagai pelajar/mahasiswa (39,29 %). Pengeluaran responden perbulan sebesar Rp 300.001,00 – Rp 700.000,00 (48,21 %) dimana 47,02 % responden biasa membeli minuman ringan di kantin (di sekolah, kampus, atau tempat kerja). Bila merek minuman ringan yang akan dibeli responden tidak ada maka 51,79 % responden akan membeli minuman ringan merek lain, dimana hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki loyalitas yang rendah terhadap minuman ringan merek tertentu. Responden mengkonsumsi minuman ringan Sugas kadang-kadang saja (45,84 %) dimana 92,86 % responden menyatakan bahwa minuman ringan Sugas sulit diperoleh yang disebabkan oleh distribusi yang dilakukan oleh perusahaan kurang baik. Sebanyak 33,93% responden membeli minuman ringan dalam kemasan kaleng. Untuk promosi minuman

- ringan 41,67 % responden menyatakan bahwa televisi merupakan media yang paling tepat digunakan.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi responden dalam membeli minuman ringan, yaitu faktor utama (ekstraksi dari variabel rasa, harga, dan menghilangkan dahaga) dan faktor pendukung (ekstraksi dari variabel promosi, prestise, kemudahan, kemasan, aneka isi, dan praktis)
 3. Peta persepsi produk menunjukkan bahwa minuman ringan Sugus memiliki faktor pendukung yang kurang baik yaitu promosi yang tidak menarik, prestise terhadap merek yang kurang baik, sulit diperoleh, kemasan yang kurang menarik, jumlah isi yang tidak beraneka ragam, dan tidak praktis. Sebaliknya minuman ringan Sugus memiliki faktor utama yang cukup baik yaitu rasa yang cukup enak, harga yang murah, dan menghilangkan dahaga.
 4. Berdasarkan uji peringkat bertanda Wilcoxon data berpasangan ternyata tidak semua harapan responden dapat dipenuhi oleh produsen minuman ringan. Untuk minuman ringan merek Sugus, hanya tiga variabel yang sesuai dengan harapan responden yaitu variabel rasa, harga, dan menghilangkan dahaga sedangkan variabel lainnya, yaitu variabel promosi, prestise, kemudahan, kemasan, aneka isi dan praktis belum sesuai dengan harapan responden

6.2. Saran

Dari kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka saran yang dapat diberikan kepada PT Djarum Emas Unggul adalah:

1. PT Djarum Emas Unggul sebaiknya membuat produk minuman Sugus dengan berbagai jenis kemasan dan jumlah isi yang beraneka ragam.
2. PT Djarum Emas Unggul sebaiknya menerapkan strategi keseragaman harga dan strategi potongan harga untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar.
3. PT Djarum Emas Unggul sebaiknya menerapkan strategi produk lengkap dan strategi perluasan atau pengembangan pasar agar produk selalu tersedia di pasar dan mudah diperoleh.
4. PT Djarum Emas Unggul sebaiknya melakukan promosi secara gencar sehingga konsumen merasa tertarik untuk mengkonsumsi minuman ringan Sugus tersebut.