

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan berikut ini disampaikan “Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Es Kopi Susu” maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor pada atribut pembelian Es kopi susu Ruto Coffee di Kota Bogor yang terpenting adalah rasa yang bervariasi, kekentalan, ketersediaan, promosi menarik, kemasan, harga yang terjangkau, aroma dan suasana.
2. Sikap konsumen dalam pembelian Es kopi susu Ruto Coffee di Kota Bogor termasuk dalam kategori baik. Analisis norma subjektif terhadap produk Ruto Coffee kategori menganjurkan, dan perilaku konsumen terhadap produk Ruto Coffee di Kota Bogor adalah baik.
3. Rekomendasi strategi bauran pada Es kopi susu Ruto Coffee di Kota Bogor yaitu perusahaan harus menyediakan varian rasa baru yang lebih beragam, begitupun dengan kekentalan perlu diperhatikan dari segi pemakaian bahan baku yang sesuai. Sedangkan penyusunan strategi harga yang dilakukan perusahaan sudah sangat baik karena menasar kelas menengah kebawah dan unggul menempati harga termurah diantara para kompetitor. Strategi promosi yang dilakukan perusahaan kurang baik karena belum sesuai dengan karakteristik konsumen. Strategi tempat sudah sangat baik, lebih dari cukup dalam memenuhi syarat yang diinginkan oleh konsumen.

B. Saran

Strategi yang dapat dilaksanakan oleh perusahaan antara lain :

1. Saran untuk perusahaan :
 - a. Strategi produk yang dapat diambil oleh Ruto Coffee adalah mempertahankan kepercayaan dengan menambahkan rasa yang belum ada, mempertahankan kepercayaan kekentalan dengan sesuai keinginan konsumen, mempertahankan aroma yang sudah sesuai, mempertahankan kemasan yang unik, dan suasana sesuai dengan keinginan konsumen.
 - b. Strategi harga pada produk Ruto Coffee adalah mempertahankan harga jual Ruto Coffee serta menyusun penetapan harga yang sesuai seperti *lost leader pricing* atau *penetration pricing*.
 - c. Strategi promosi yang dapat diambil oleh Ruto Coffee adalah menyesuaikan media promosi yang tepat berdasarkan segmentasi demografi responden, dan sebaiknya perusahaan meningkatkan lagi kepercayaan konsumen pada promosi dengan cara membuat inovasi dan ide promo menarik yang baru atau sesuai yang diharapkan konsumen.
 - d. Strategi tempat Ruto Coffee sudah sesuai dengan keinginan konsumen bahkan melebihi ekspektasi. Ruto coffee perlu mempertahankan ketersediaan produk dan suasana tempat. Perlu juga dilakukan strategi penjualan online agar dapat meningkatkan penjualan dengan mengikuti berbagai program yang ada di *marketplace*.

2. Saran untuk peneliti selanjutnya :

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya untuk melanjutkan penelitian ini terkait dengan analisis sikap dan perilaku, maka peneliti menyarankan untuk meneliti atribut yang sekiranya belum terdapat di dalam penelitian ini, misalnya keawetan, kehalalan produk, ukuran produk, warna produk dan menambahkan objek sejenis yang belum terdapat di penelitian ini.