

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan yang merupakan tujuan awal penelitian sebagai berikut :

1. Dari data primer yang terbentuk dari kuesioner, dapat dieimpulkan konsumen UD Osha cukup berimbang antara laki-laki dan perempuan (49.2% dan 50.8%). Dari 120 responden yang mengisi kuesioner persentase terbesar dari karakteristik usia lebih dominan pada usia kisaran 21-30 tahun dengan nilai presentase 43.3%. Dan karakteristik dari pekerjaan menempatkan pegawai swasta sebagai konsumen dominan dengan 49.2% , kemudian pelajara/mahasiswa menempatkan kedudukan kedua dengan 20.8%. Sedangkan Ibu Rumah Tangga dengan 12.5% dan wiraswasta sendiri dengan 11.7% dari total 120 responden yang diambil.
2. Kualitas, kebiasaan (habit), lingkungan dan ekonomi merupakan faktor-faktor yang melatarbelakangi konsumen membeli Produk UD Osha.
3. Faktor kualitas produk ( kualitas, sesuai selera, kemasan dan rasa) merupakan faktor dominan yang melatarbelakangi konsumen membeli pada produk UD Osha.

## B. SARAN

Bedasarkan pengamatan dan obervasi lapangan, serta hasil penelitian, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Karena pengaruh atribut produk yang terdiri dari kualitas, rasa, kemasan dan kemasan menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian pada produk UD Osha, maka UD Osha harus hati – hati menjadi cita rasa dan kaulitas produk UD Osha.
2. Faktor psikologi di reduction karena tidak layak dalam penelitian ini, karena konsumen tidak ada iklan yang pernah konsumen lihat atau dengar. Sebaiknya di era global ini UD Osha dapat membuat iklan secara komersil di media social yang mudah diakses oleh konsumen.
3. Dari besarnya nilai koefisien maupun kontribusi diberikan oleh faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa masih diperlukan adanya penelitian lanjutan bagi peneliti lain untuk meneliti variabel lain yang tidak dimasukan dalam penelitian ini, karena munculnya sebuah perilaku pembelian konsumen merupakan akibat dari banyak faktor antara lain marketing mix (produk, harga, promosi, dan distribusi), situasional (lingkungan social, lingkungan fisik, dampak sementara, dan keadaan sebelumnya).

## DAFTAR PUSTAKA

- AA. Mangkunegara, Anawar. P. 2002 ” *Perilaku Konsumen* ”. Bandung : Repika Aditama.
- Ali Khomsan 2003. “Pangan dan Gizi untuk Kesehatan”, Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Anonim. (2007). “Gizi dan Kesehatan Masyarakat” Edisi I. Deepartemen Gizi dan Kesehatan Masyarakat Fakultas Kesehatan Masyarakat , Universitas Indonesia. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Angel, james f.,roger, d. Blackwell dan paul W. minizard. “*Perilaku Konsumen*”,
- Bilson, Simamora. 2004 “*Riset Pemasaran* “ Jakarta : Gramedia Utama.
- Danang, Sunyoto. 2013 “Perilaku Konsumen”, Bandung : PT. Reika Aditama Anggota Ikapi.
- Ghozali, Imam. 2005 “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”, Semarang : Badan Penebit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali, 2008 “*Marketing*”, Yogyakarta : cetakan pertama, media.
- Istijanto 2004 “*Manajemen Operasi*”, Jakarta : edisi 1 buku 1, Salemba Empat.
- Kismono, Gugup. 2001 “*Bisnis Pengantar*”, Yogyakarta : BPFPE.
- Kotler, Philip dan keller 2007 “*Marketing Manajemen*”, edisi 12, Prentice Hall, Indeks.
- Kotler & Armstrong. 2001 “*Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*” Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong, 2003 “*Dasar-dasar Pemasaran*”, Jakarta : edisi 9 Jilid 1, PT.Indeks.
- Malhotra, K Naresh. 2004 “*Marketimg Reseach- An Applied Orientation*”. New Jersey: Pearson Wducation, Inc.
- Mc Daniel. Carl & Roger Gates, 2001 “*Riset Pemasaran Kontempoler*”, Jakarta : Salemba Empat.
- Mowen dan Minor, 2001 “*Perilaku Konsumen*”, Erlangga
- Sugiyono, 2003 “*Metode Penelitian Bisnis*”. Bandung : CV. Alfabeta
- Sujianto, Agus Eko. 2009 “*Aplikasi Statistik dengan SPSS 16*”. Jakarta : Prestasi Pustaka.

- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. " *Perilaku Konsumen*". Jakarta: PT. Indeks.
- Sastradipoera, Komarudin, 2003. " *Manajemen Marketing, suatau Pendekatan Ramuan Marketing*" Bandung : Kapa Sigma.
- Suryani, Tatik. 2008 "Perilaku Konsumen, Implikasi Pada Startegi Pemasaran, Edisi Pertama, Graha Ilmu.
- Suprihati, Wikan Budi Utami  
ISSN : 1693-0827 Analisa Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo
- Agung Suprayitno, Siti Rochaeni dan Rahmi Purnomowati  
Jurnal Agribisnis, Vol. 9, No. 2, Desember 2015, [ 177 - 214 ] ISSN : 1979-0058 Pengaruh faktor budaya, social, pribadi dan psikologi konsumen terhadap pembelian pada restoran Gado-gado Boplo (Studi Kasus: Restoran Gado-Gado Boplo Panglima Polim Jakarta Selatan)
- Grace Persulesy  
Fokus Ekonomi (FE), Desember 2008, Hal. 155 - 163 Vol.7, No. 3 ISSN: 1412-3851 155 Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih operator seluler (Studi pada Sebuah Perguruan Tinggi di Yogyakarta)
- Eliza, Ery Sayamar dan Cory Kaswita  
Volume 2, Nomor 1, Juli 2011 ISSN 2087 - 409X Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE) Analisis factor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian buah di pasar Arengka (Pasar tradisional dan Giant hypermarket) Di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru
- Lies Handrijaningsih, Chriстера Kuswahu Indira dan Anisah  
ISSN : 1858-2559 Analisis faktor-faktor yang memperngaruhi perilaku konsumen dalam memilih motor Merk Honda (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma)

## LAMPIRAN 1

### KUESIONER PENELITIAN

#### ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KONSUMEN MEMBELI PRODUK UD OSHA

Saya, Juleha Sukmawati, mahasiswi Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Binaniaga yang sedang menulis skripsi sebuah karya ilmiah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari SIE Binaniaga dengan judul “ Analisi Faktor- Faktor Konsumen Membeli Produk UD Osha”

Besar harapan saya kiranya Bapak/Ibu/Sauara/I bersedia mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

#### A. IDENTITAS RESPONDEN

- Nama : \_\_\_\_\_
- Alamat : \_\_\_\_\_
- Jenis Kelamin :      a). Laki-laki                      b). Perempuan
- Umur : \_\_\_\_\_
- Pekerjaan : \_\_\_\_\_
- a) PNS
- b) Pegawai Swasta
- c) Polri/TNI
- d) Propesional ( Dokter, Guru les dll )
- e) Ibu Rumah Tangga
- f) Pelajar/Mahasiswa
- g) Lainnya \_\_\_\_\_

**B. PERTANYAAN PENELITIAN**

Di bawah ini terdapat beberapa kelompok pertanyaan yang semuanya berkaitan dengan Analisis Faktor-Faktor Konsumen Membeli Produk UD Osha. Pilihlah salah satu jawaban yang paling benar menurut pendapat saudara, dengan memberikan tanda silang (X) pada kolom jawaban yang anda anggap paling sesuai.

Keterangan Kolom Jawaban :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

CS : Cukup Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju



UNIVERSITAS BINANIAGA  
INDONESIA

<b>Pertanyaan yang berkaitan dengan Budaya (X1)</b>						
<b>NO</b>	<b>PERTANYAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Anda mengonsumsi produk UD Osha karena sudah terbiasa sebagai makanan ringan sehari-hari					
2.	Anda mengonsumsi produk UD Osha karena mudah diperoleh di wilayah tempat tinggal					
3.	Anda mengonsumsi produk UD Osha apakah karena dapat mencerminkan kelas sosial					

<b>Pertanyaan yang berkaitan dengan Sosial (X2)</b>						
<b>NO</b>	<b>PERTANYAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Anda mengonsumsi produk UD Osha sebagai kebiasaan anda di lingkungan keluarga saat ini?					
2.	Anda mengonsumsi produk UD Osha karena adanya keluarga anda mengonsumsi sebelumnya?					
3.	Anda mengonsumsi produk UD Osha dipengaruhi oleh keluarga anda?					

<b>Pertanyaan yang berkaitan dengan Pribadi (X3)</b>						
<b>NO</b>	<b>PERTANYAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Anda mengkonsumsi produk UD Osha karena menyesuaikan dengan kondisi keuangan					
2.	Anda mengkonsumsi produk UD Osha karena dengan situasi ekonomi					
3.	Anda mengkonsumsi produk UD Osha karena dapat mencerminkan gaya hidup anda					

<b>Pertanyaan yang berkaitan dengan Psikologi (X4)</b>						
<b>NO</b>	<b>PERTANYAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Anda termotivasi mengkonsumsi produk ud osha karena praktis dan mudah didapat					
2.	Anda mengkonsumsi produk ud osha karena ada persepsi atas iklan produk ud osha tersebut					
3.	Anda mengkonsumsi produk ud osha karena adanya pemahaman atas bagus nya produk					



<b>Pertanyaan yang berkaitan dengan Atribut (X5)</b>						
<b>NO</b>	<b>PERTANYAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Anda membeli produk UD Osha karena kualitas produk UD Osha tersebut					
2.	Produk UD Osha yang ditawarkan memiliki rasa sesuai dengan selera pembeli					
3.	Desain kemasan produk UD Osha yang ditampilkan sudah mengikuti perkembangan zaman					
4.	Anda membeli produk UD Osha karena rasa UD Osha tersebut					