

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara umum, mahasiswa Universitas Kristen Maranatha Bandung beranggapan bahwa kemasan produk rokok Avolution tipe reguler merupakan kemasan rokok yang memiliki faktor pengaman, faktor komunikasi, faktor ergonomi, faktor estetika, dan faktor identitas. Hal ini dapat dilihat dari hasil penyebaran kuesioner, dimana kebanyakan responden setuju bahwa kemasan Avolution memenuhi kelima faktor tersebut. Adapun rinciannya adalah sebagai berikut: 43% untuk faktor pengaman, 48% untuk faktor komunikasi, 45% untuk faktor ergonomi, 55% untuk faktor estetika, dan 50% untuk faktor identitas.
2. Dari hasil penelitian diperoleh suatu kesimpulan bahwa konsumen produk rokok Avolution tipe reguler di kalangan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha Bandung, hanya memiliki niat untuk mereferensikan produknya, sebab dilihat dari persentase tabel (dalam tabel 4.3.2.1.1), hanya pada kolom niat referensial saja responden setuju akan mereferensikan produknya kepada orang lain.

3. Hasil perhitungan statistik melalui alat bantu statistik SPSS version 15.0 for windows didapatkan suatu kesimpulan yaitu terdapat pengaruh antara kemasan produk terhadap niat beli konsumen rokok Avolution tipe regular. Hal ini dapat dilihat melalui uji t yang telah dilakukan, dimana dari hasil uji t didapatkan angka 2,759 dimana  $t$ -tabel untuk  $n = 96$  adalah 1,9876. Oleh sebab itu terdapat pengaruh antara kemasan produk terhadap niat beli konsumen rokok Avolution tipe regular. Sedangkan pengaruh antara kemasan produk terhadap niat beli konsumen rokok Avolution tipe regular didapat sebesar 3,6% yang artinya pengaruh antara kemasan produk terhadap niat beli konsumen rokok pengaruhnya sangat lemah.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis ingin memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penjualan produk rokok Avolution. Saran-saran tersebut diantaranya adalah :

1. Dilihat dari hasil perhitungan statistik melalui alat bantu statistik SPSS 15.0 for windows, didapatkan pengaruh Kemasan terhadap Niat Beli, memiliki pengaruh sebesar 3,6% dan sisanya 96,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Oleh sebab itu, berkenaan mengenai produk selain melakukan pengembangan produk konsumen melalui pengemasan, PT. HM SAMPOERNA pun dapat melakukan pengembangan produk konsumen melalui atribut produk, pemberian merek, penetapan label, dan

jasa pendukung produk untuk dapat merangsang konsumen agar membeli produk rokok Avolution.

2. PT HM SAMPOERNA, dapat melakukan pengembangan strategi pemasaran melalui bauran pemasaran (marketing mix) untuk dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk rokok Avolution, yang diantaranya dapat dilakukan melalui pendistribusian produk yang lebih luas, penetapan harga yang bersaing dengan produk lain yang sejenis, iklan, promosi, dsb.