

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dengan judul “Analisis Pasar Pelanggan Pria Produk *Hair Styling Gel* Merek Gatsby di Universitas Kristen Maranatha” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai pada ANOVA klaster, dapat dilihat bahwa pada dimensi *attitude 1, attitude 2, attitude 3, attitude 4, attitude 5, interest 1, interest 2, interest 3, interest 5, interest 6 dan interest 7*, besar angka Sig. < 0,05. Ini berarti setiap klaster mempunyai perbedaan yang berarti dalam memandang setiap dimensi (*attitude dan interest*). Sedangkan pada dimensi *opinion*, hanya *opinion 4* yang memiliki perbedaan yang berarti.
2. Berdasarkan tabel ANOVA, angka F terbesar ada di att2 (*attitude 2*) yaitu 91,896. Hal ini berarti bahwa responden menganggap dalam pekerjaan, penampilan merupakan hal yang penting.
3. Di pengujian *final cluster*, pada klaster 1 dan klaster 2, semua angka berada di atas 3. Hal ini berarti responden cenderung positif pada dimensi tersebut. Pada klaster 1 responden cenderung menyukai penampilan yang rapi dalam pekerjaan, dalam aktivitas menemui banyak orang, membutuhkan *hair styling gel*, ingin menjadi perhatian, selalu mengikuti kata hati dalam mengambil keputusan, suka mencoba hal-hal baru, suka produk yang praktis, produk yang

digunakan mempengaruhi prestis, mencari produk murah yang mudah didapat, berhati-hati dalam membelanjakan uang, menyukai produk yang dapat merubah penampilan, yang penting kualitas, menganggap *hair styling gel* merupakan kebutuhan pria saat ini, produk pria seharusnya berbeda dengan wanita, berminat menggunakan *hair styling gel*, adanya layanan jasa konsultasi saat membeli, adanya edukasi dan informasi yang jelas. Dan dapat disimpulkan bahwa responden pada klaster 1 merupakan pria metroseksual, karena semua angka di atas 3 dan angka pada klaster 1 > daripada angka pada klaster 2.

4. Jumlah responden tiap klaster menunjukkan di klaster 1 jumlah responden sebanyak 97 responden dan pada klaster 2 sebanyak 83 responden. Jadi responden lebih banyak di klaster 1.
5. Di komposisi usia, pada klaster 1 didominasi oleh responden dengan usia 18-20 (41,2%) dan usia 21-23 (41,2%), sedangkan pada klaster 2 didominasi oleh usia 18-20 (43,4%).
6. Pada komposisi jurusan, klaster 1 didominasi oleh jurusan akuntansi yaitu 51,5%, sedangkan pada klaster 2 didominasi oleh jurusan manajemen yaitu 59,0 %.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, penulis telah mengambil kesimpulan, dan penulis akan memberikan saran yang berguna dalam meningkatkan niat beli konsumen terhadap suatu produk. Saran tersebut sebagai berikut:

1. Secara umum responden *hair styling gel* pria memberikan penilaian yang baik terhadap merek Gatsby. Dengan mengetahui hal tersebut melalui penelitian ini, perusahaan harus meningkatkan perbaikan-perbaikan terhadap produk sehingga dapat memuaskan konsumen dalam membeli produk. Produk dapat lebih beragam lagi sesuai dengan kebutuhan pria saat ini.
2. Dalam melakukan periklanan, pemasar harus dapat memilih produk yang memiliki kriteria yang baik seperti yang dapat meningkatkan *attitude*, *interest* dan *opinion* responden. Perusahaan harus dapat memperbaharui iklan Gatsby secara bertahap. Iklan dapat dibuat semenarik mungkin dengan menggunakan pria-pria tampan dengan gaya rambut yang keren. Hal ini bertujuan untuk menjangkau konsumen yang belum mengetahui merek Gatsby dan mempengaruhi konsumen untuk mempunyai niat beli terhadap produk *hair styling gel* merek Gatsby.
3. Penanganan program promosi yang terdiri dari pembelian hadiah, bonus kepada konsumen harus ditingkatkan agar konsumen tertarik untuk membeli produk dan melakukan pembelian ulang produk.

Demikian hasil kesimpulan dan saran yang dapat saya kemukakan dalam penelitian ini. Hal tersebut dilakukan sebagai masukan, perbaikan, pengembangan, dan perbaikan terhadap perusahaan.