

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dengan judul “Analisi Pasar Pelanggan Wanita Produk Suplemen Kesehatan Merek Kiranti di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha, Bandung” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai pada ANOVA klaster Sig. < 0,05. Ini berarti setiap klaster mempunyai perbedaan yang berarti dalam memandang setiap dimensi. Namun pada kolom *interest* 6, tidak memiliki perbedaan yang berarti dalam dalam memandang setiap dimensi (*attitude, interest, opinion*).
2. Berdasarkan tabel ANOVA, dapat dilihat bahwa angka F terbesar ada di *opp3* yaitu 124.036. Hal ini berarti bahwa responden berminat menggunakan suplemen kesehatan wanita khususnya Kiranti.
3. Di pengujian *final cluster*, pada klaster 1, semua angka berada di atas 3. Hal ini berarti responden cenderung positif pada dimensi tersebut. Pada klaster 1 responden cenderung dalam pekerjaan kesehatan merupakan hal penting, dalam aktivitas menemui banyak orang, membutuhkan suplemen kesehatan, ingin menjadi perhatian, selalu mengikuti kata hati dalam mengambil keputusan, suka mencoba hal baru, suka produk yang praktis, produk yang

digunakan mempengaruhi prestise, mencari produk murah yang mudah didapat dan bermanfaat tinggi, berhati-hati dalam membelanjakan uang, menyukai produk yang dapat merubah penampilan, yang penting kualitas, menganggap suplemen kesehatan merupakan kebutuhan wanita saat ini, produk wanita seharusnya berbeda dengan pria, berminat mengkonsumsi suplemen kesehatan, adanya layanan jasa konsultasi saat membeli, adanya edukasi dan informasi yang jelas. Sedangkan pada klaster 2, angka ada yang diatas 3 dan dibawah 2. Angka 2 berarti responden cenderung negatif terhadap dimensi tersebut. Dan untuk angka diatas 3 artinya responden cenderung positif terhadap dimensi tersebut, di beberapa dimensi baik klaster 1 maupun klaster 2 angkanya ada yang berada di atas 3 contoh (int4 pada klaster 1 4,38, klaster 2 4,11) hal ini berarti masing-masing responden cenderung positif ke dimensi tersebut tapi responden pada klaster 1 lebih positif daripada klaster 2. Dan dapat disimpulkan bahwa responden pada klaster 1 merupakan wanita yang aktif dalam beraktivitas karena semua angka diatas 3 yang berarti cenderung positif terhadap dimensi *attitude*, *interest*, dan *opinion*.

4. Jumlah responden tiap klaster menunjukkan di klaster 1 jumlah responden sebanyak 118 responden pada klaster 1, dan pada klaster 2 sebanyak 62 responden. Jadi responden lebih banyak di klaster 1.

5. Berdasarkan tabel 4.14 terlihat pada klaster 1 dan klaster 2 didominasi oleh usia 21-23 yaitu pada klaster 1 sebanyak 66.1%, sedangkan pada klaster 2 sebanyak 57.9%.

## 5.2 Saran

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

1. Secara umum responden suplemen kesehatan wanita memberikan penilaian yang cukup baik terhadap merek Kiranti. Dengan adanya hal tersebut, perusahaan Cap Orang Tua harus meningkatkan perbaikan-perbaikan terhadap produk sehingga dapat memuaskan konsumen dalam membeli produk. Produk dapat lebih beragam sesuai dengan kebutuhan wanita 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 Kiranti secara bertahap. Iklan dapat dibuat semenarik mungkin dengan menggunakan wanita aktif yang merasa kesakitan pada saat datang bulan. Hal ini bertujuan untuk menjangkau konsumen yang belum mengetahui merek Kiranti dan mempengaruhi konsumen untuk mempunyai niat beli suplemen kesehatan merek Kiranti pada saat mereka datang bulan.

3. Penanganan program promosi yang terdiri dari pemberian 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 Cap Orang Tua.