

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1.Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis mengenai pengaruh persepsi konsumen pada atribut produk terhadap niat beli ulang Pocari Sweat yang diwakili oleh 180 responden, penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi konsumen terhadap atribut produk Pocari Sweat adalah sebagai berikut :

- **Kualitas Produk**

Berdasarkan analisis kuantitatif dengan menggunakan frekuensi presentase dapat disimpulkan bahwa untuk kualitas Pocari Sweat tidak memiliki pengaruh terhadap niat beli ulang, dapat dilihat dari hasil data pada tabel 4.28 dimana Sig pada X1 atau kualitas itu sendiri adalah 0. Responden berpendapat bahwa Pocari Sweat masih jauh dari harapan mereka. Mereka menganggap Pocari Sweat tidak aman untuk dikonsumsi, dan kandungan minuman seperti pemanis, dan pewarna kadarnya dinilai terlalu tinggi sehingga dapat mengganggu kesehatan. Tetapi responden berpendapat untuk hal rasa, kualitas Pocari Sweat dianggap sudah cukup baik. Mayoritas responden menjawab bahwa mereka

menyukai rasa Pocari Sweat tersebut dan merasa sesuai dengan rasa itu.

➤ Kemasan Produk

Berdasarkan analisis kuantitatif dengan menggunakan frekuensi presentase dapat disimpulkan bahwa untuk kemasan Pocari Sweat, responden berpendapat bahwa untuk Pocari Sweat, responden merasa kemasan Pocari Sweat sebagai pendukung produk utama sudah cukup baik. Mereka menyukai pemilihan warna kemasan, variasi ukuran, bahan yang digunakan untuk mengemas, dan bentuk kemasan Pocari Sweat, tetapi dalam hal kelengkapan informasi yang diberikan masih banyak konsumen yang mengeluhkannya. Jika melihat niat konsumen untuk mencari informasi yang rendah, penyediaan informasi yang lengkap pada kemasan menjadi penting sehingga konsumen tidak perlu lagi bersusah payah mencari informasi. Tetapi masih banyak responden yang meragukan kemudahan membaca tulisan pada kemasan.

2. Besar pengaruh antara persepsi konsumen pada kemasan produk terhadap niat beli ulang Pocari Sweat adalah sebagai berikut :

Melalui perhitungan SPSS dalam bab 4, diketahui bahwa yang paling mempengaruhi niat beli ulang Pocari Sweat adalah Kemasan. Nilai *Adjusted R Square* dari persamaan regresi tersebut adalah sebesar 0,078 berarti **7.8% niat beli ulang Pocari Sweat dipengaruhi oleh persepsi**

**pada atribut (dalam penelitian ini kualitas produk dan kemasan) Pocari Sweat. Sisanya 92.2 % lainnya disebabkan oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti.**

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Dalam menyusun skripsi ini, penulis juga menemukan beberapa kelemahan atau keterbatasan penelitian antara lain:

1. Penulis hanya menyebarkan kuesioner ini pada Civitas Akademik Universitas Kristen Maranatha saja dengan asumsi bahwa dari seluruh Civitas Akademik Universitas Kristen Maranatha banyak yang meminum Pocari Sweat sehingga diharapkan sampel ini dapat mewakili sebagian besar konsumen yang meminum Pocari Sweat.
2. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini, tidak dianggap mewakili keseluruhan variable dari atribut produk yang berhubungan dengan niat beli konsumen, karena keterbatasan waktu yang penulis miliki, banyak responden yang mengisi kuesioner yang tidak sesuai.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan-kesimpulan yang telah diperoleh, penulis mengajukan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak Pocari Sweat dalam mengambil keputusan untuk melakukan perbaikan dalam pemasaran produk mereka. Untuk membuat konsumen memiliki persepsi yang baik terhadap kualitas dan kemasan Pocari Sweat :

1. Pocari Sweat harus mengurangi kadar pemanis yang digunakan atau mengganti pemanis buatan yang digunakan dengan pemanis alami (seperti gula pasir).,karena sebagian besar responden merasa pemanis dalam Pocari Sweat terlalu tinggi.
2. Buat iklan yang menunjukkan bahwa Pocari Sweat aman dikonsumsi. Akan lebih baik jika iklan yang dibuat itu dalam bentuk presentasi atau demonstrasi sehingga masyarakat lebih yakin pada keamanan Pocari Sweat. Apalagi jika *endorser* dalam iklan itu orang yang dikenal memiliki perilaku hidup sehat atau ahli gizi dan sebagainya oleh masyarakat luas. Banyak sekali responden yang masih meragukan keamanan Pocari Sweat untuk dikonsumsi. Apalagi bagi Pocari Sweat yang merupakan produk minuman, kepercayaan dari konsumen pada produk sangat penting, sehingga dengan iklan baru yang menunjukkan keamanan untuk dikonsumsi dapat memulihkan kepercayaan konsumen pada Pocari Sweat.
3. Tambahkan logo pada kemasan yang berbunyi “tanpa pewarna dan pengawet”. Hal ini dikarenakan sebagian besar responden masih menganggap Pocari Sweat mengandung pewarna yang tinggi karena melihat warna minuman Pocari Sweat. Karena pada kemasapun tidak tertulis apakah terdapat pewarna atau tidak, konsumen dapat menganggap dalam Pocari Sweat memang terdapat pewarna.

4. Informasi pada kemasan Pocari Sweat harus diperlengkap, baik informasi mengenai bahan yang digunakan maupun kadar penggunaan bahan-bahan tersebut. Masih banyak responden yang menganggap kemasan Pocari Sweat belum lengkap menginformasikan konsumennya. Dengan lengkapnya informasi yang diberikan pada konsumen, konsumen akan lebih percaya lagi pada perusahaan. Mereka tidak akan merasa perusahaan menyembunyikan sesuatu dari mereka (konsumen). Dan dengan lengkapnya informasi, konsumenpun dapat merasakan bahwa perusahaan peduli pada konsumennya.
5. Pocari Sweat juga harus melakukan riset ulang untuk mengetahui selera konsumennya saat ini seperti apa. Sehingga Pocari Sweat dapat memberikan respon secara cepat dan tepat terhadap setiap masalah yang timbul.