

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, kinerja dan harapan atribut produk minuman ringan jus kemasan Buavita dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Pada bagian kualitas produk, kinerja yang dilakukan oleh produk Buavita terdiri dari daya tahannya setelah dibuka, kesesuaian rasa dengan selera dan kesesuaian aroma dengan selera dinilai dengan baik secara keseluruhan karena telah sesuai dengan harapan pelanggan, yang terlebih untuk kategori kesesuaian rasa dengan selera dinilai lebih baik oleh para konsumen yang mengkonsumsinya, diantaranya ada beberapa rasa yang sesuai dengan selera konsumen yaitu jeruk, apel, jambu, leci, mangga, sirsak dan stroberi yang kesemuanya melalui proses tanpa bahan pengawet dan menjaga akan kealamiannya.
- Pada bagian merek produk, dirasakan suatu indikasi yang jelas mengenai pengucapan merek, kemudahan mengingat merek dan simbolisasi melambangkan minuman berkualitas terhadap produk Buavita. Dengan menggunakan nama merek bersifat ke-indonesia-an yang memadukan unsur bahasa asing dan bahasa sendiri (Indonesia) terdapat suatu kemudahan untuk mengucapkan, mengingat dan mencerminkan suatu merek yang berkualitas

sesuai dengan konsumen harapkan, terlebih Buavita menjadi suatu simbol yang menjadi bagian minuman ringan jus kemasan bagi para konsumen.

- Pada bagian kemasan, yang terdiri dari ukuran kemasan yang disajikan, bentuk kemasan yang praktis yang disajikan, bahan kemasan yang disajikan. Pada kinerja yang dilakukannya produk Buavita menggunakan ukuran kemasan berbagai macam ukuran yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, menggunakan kemasan yang mudah dibuka dan ditutup serta diberikan suatu keluasaan mengenai kemasan yang disajikan praktis, dan bahan kemasan yang ramah lingkungan sehingga dapat didaur ulang kembali, sehingga secara keseluruhan telah sesuai dengan harapan konsumen.
- Pada bagian desain, yang terdiri dari daya tarik disain pada kemasan, warna kemasan, logo pada kemasan, ukuran huruf pada kemasan, tipe huruf pada kemasan. Kinerja yang dilakukan oleh Buavita dinilai keberadaannya dengan baik terlihat dari daya tarik yang ada pada logo kemasan yang menarik dengan warna-warna dan corak-corak yang cerah serta logo kemasan yang mudah diingat dan lebih khas terasa oleh konsumen keberadaan Buavita dipanda dari segi desain secara keseluruhan terlihat signifikan dinilai baik oleh konsumen.
- Pada bagian label, yang terdiri dari kejelasan nama perusahaan, kejelasan tanggal kadaluarsa, kejelasan tanda halal. Pada kinerja yang telah dilakukannya, label sebagai suatu hal yang merupakan bagian dari atribut produk , buavita yang menggunakan label menerapkan kejelasan nama

perusahaan yang sangat jelas pada produk yang diproduksinya yang keberadaannya telah memenuhi harapan konsumen dengan dinilai baik oleh konsumen terutama mengenai kejelasan tanggal kadaluarsa tertera secara jelas karena hal ini merupakan hal yang penting bagi konsumen.

2. Penilaian tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk minuman ringan jus kemasan Buavita dapat disimpulkan sebagai berikut :
  - Sesuai dengan keberadaannya secara keseluruhan kepuasan yang diperoleh konsumen dinilai puas dan memberikan kesan sebagai produk yang memiliki nilai yang lebih baik, diantaranya rasa yang diberikan memiliki rasa yang khas dan tidak menggunakan bahan pengawet selain dari itu juga dengan terlihatnya beberapa konsumen yang akan melakukan rekomendasi akan produk Buavita pada konsumen lainnya.
  - Tingkat kepuasan yang dinilai pun selain dari hal diatas konsumen menilai keberadaan kepuasan yang diperoleh khususnya yaitu penilaian dibandingkan dengan produk lain , hal-hal positif yang terdapat dalam produk serta dipilih sebagai produk pilihan , konsumen secara signifikan menilai termasuk dalam keadaan baik yang merupakan dampak dari kepuasan konsumen yang diperoleh secara keseluruhan dirasakan puas, sehingga ada niatan dari para konsumen untuk tetap memilih Buavita sebagai produk pilihan dan membicarakan produk dari mulut ke mulut mengenai hal-hal positif yang terdapat dalam produk.
3. Pengaruh atribut produk minuman ringan jus kemasan Buavita terhadap tingkat kepuasan konsumen di lingkungan mahasiswa Fakultas Ekonomi

Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha Bandung dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Pada kinerja yang dilakukan atribut produk minuman ringan jus kemasan Buavita terhadap tingkat kepuasan konsumen dalam penelitian ini dibuktikan terdapat hubungan yang signifikan sehingga dapat disimpulkan atribut produk dapat berperan dalam meningkatkan tingkat kepuasan konsumen.
- Peranan atribut produk minuman ringan jus kemasan Buavita memberikan pengaruh yang erat atau kuat dan berarti terhadap tingkat kepuasan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa atribut produk minuman ringan jus kemasan Buavita berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen di lingkungan mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha Bandung

## **5.2 Saran**

Mengingat akan keberadaan penelitian ini tidak semua konsumen yang menjadi sampel penelitian ini memberikan suatu pendapat yang positif secara keseluruhan tetapi ada beberapa konsumen yang menilai secara negative juga sehingga dapat diasmsikan objektif akan penelitian yang dilakukan, maka berikut ini penulis mengemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang memproduksi. Saran-saran tersebut antara lain :

1. Dari beberapa atribut produk yang ada, PT. Ultrajaya sebagai produsen Buavita hendaknya lebih memperhatikan keberadaan kualitas produk khususnya untuk jenis aroma yang sesuai dengan selera konsumen untuk

lebih ditingkatkan mengenai inovasi yang dilakukannya sehingga dapat memenuhi harapan konsumen.

2. Kepuasan konsumen dapat meningkat apabila kinerja produk yang dirasakan oleh pelanggan memiliki nilai yang tinggi. Oleh karena itu, PT. Ultrajaya sebagai produsen Buavita hendaknya lebih memperhatikan faktor-faktor atribut produk yang dimiliki tanpa melupakan faktor lainnya yang mempengaruhinya salahsatu contohnya yaitu promosi, dan saluran distribusi untuk dijadikan bahan menuju ke arah yang lebih baik.
3. Selayaknya PT. Ultrajaya sebagai produsen Buavita dapat melakukan inovasi-inovasi terbaru dalam meningkatkan kepuasan konsumennya seperti dilakukannya suatu terobosan baru dalam bidang riset dan pengembangan yang berkenaan dengan kualitas produk yang dimiliki.