

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan berikut ini disampaikan “Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Donat” maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor- faktor atau atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian pada donat di Kota Bogor dari yang paling penting sampai dengan kurang penting adalah rasa yang beragam, harga yang terjangkau, bentuk, kemudahan memperoleh, aroma, kemasan, tekstur, dan warna.
2. Sikap konsumen dalam pembelian donat di Kota Bogor Termasuk dalam kategori baik. perilaku konsumen terhadap produk donat di Kota Bogor adalah baik.
3. Rekomendasi strategi bauran pemasaran dalam pembelian donat, dalam hal produk atribut kemasan sudah memenuhi harapan konsumen karena kemasan yang digunakan sudah sesuai berbahan mika dan dus premium, atribut rasa yang beragam sudah memenuhi keinginan konsumen karena memiliki rasa yang sangat beragam yang sesuai dengan keinginan konsumen, atribut warna yang sudah baik dikarenakan warna donat merata dan berwarna coklat muda mengkilap, atribut tekstur memenuhi harapan konsumen karena memiliki tekstur yang halus dan tidak liat, atribut aroma yang sudah memenuhi harapan konsumen karena

memiliki aroma yang khas dan harum, atribut bentuk yang masih di bawah harapan konsumen dikarenakan bentuk donat yang berbentuk cincin dan bentuk donat berlubang ditengah dan tidak sesuai keinginan konsumen dengan demikian perusahaan harus mengikatkan kepercayaan konsumen terhadap bentuk donat. Penyusunan strategi harga yang dilakukan perusahaan sangat baik karena sesuai dengan standar. Strategi tempat sudah cukup mampu memenuhi syarat yang diinginkan konsumen.

B. Saran

1. Saran untuk perusahaan :
 - a. Strategi produk yang dapat diambil oleh donat adalah mempertahankan kepercayaan kemasan dengan keinginan konsumen, mempertahankan kepercayaan dengan menambahkan rasa yang belum ada, mempertahankan kepercayaan warna dengan keinginan konsumen, mempertahankan kepercayaan tekstur donat yang halus dan tidak liat, mempertahankan aroma donat yang khas dan harum sesuai dengan keinginan konsumen, dan sebaiknya perusahaan meningkatkan lagi kepercayaan konsumen pada bentuk donat dengan cara membuat inovasi dan ide bentuk donat yang baru atau sesuai yang diharapkan konsumen.
 - b. Strategi harga pada produk donat adalah mempertahankan harga jual donat yang sesuai dengan segmen menengah kebawah dengan memberikan harga yang lebih rendah atau harga yang terjangkau.

- c. Strategi tempat kemudahan memperoleh perusahaan perlu memperluas lagi saluran pemasaran dan menerapkan strategi distribusi intensif. Strategi dengan bekerja sama dengan lebih banyak lagi tempat seperti cafe – cafe.
2. Saran untuk penelitian selanjutnya

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya, untuk melanjutkan penelitian ini terkait dengan analisis sikap dan perilaku, maka peneliti menyarankan untuk meneliti atribut yang belum ada dalam penelitian ini, misalnya tanggal kadaluwarsa produk, keawetan, volume atau berat produk dan menambahkan objek sejenis yang tidak terdapat di dalam penelitian ini.