

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

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

1. Faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian pada minuman isotonik di Kota Bogor mulai dari yang paling penting sampai dengan kurang penting tanggal kadaluarsa, manfaat setelah minum, kemudahan mendapatkan, harga, kemasan, merek, promosi, variasi ukuran, rasa
2. Sikap konsumen dalam pembelian Minuman Isotonik di Kota Bogor termasuk kedalam kategori baik. Hasil analisa perilaku konsumen terhadap pembelian Minuman Istonik di Kota Bogor mulai dari yang terbesar hingga terkecil yaitu Mizone, Pocari Sweat, dan Hydro Coco. Rekomendasi strategi bersaing sesuai dengan posisi perusahaan. Pocari Sweat sebagai *market leader* menerapkan strategi *Flanking Defense* dengan melindungi titik-titik lemahnya yaitu dengan cara pemerataan produk di supermarket ataupun di warung tradisional yang terdapat pada atribut kemudahan mendapatkan.

3. Rekomendasi strategi bersaing sesuai dengan posisi perusahaan.
Pocari Sweat sebagai *market leader* menerapkan strategi *Flanking Defense* dengan melindungi titik-titik lemahnya khususnya pada atribut kemudahan mendapatkan dengan cara lebih meratakan promosi dan ketersediaan produk di toko toko yang mudah di temui konsumen. Selain menjaga titik terlemahnya, pemimpin pasar juga harus menerapkan strategi memperluas pangsa pasar. Mizone dan Hydro Coco sebagai penantang pasar menerapkan strategi *Encirclement Attack* dalam hal ini penantang pasar menerapkan strategi penyerangan dari semua arah, dengan cara mempunyai tagline yang menarik, memiliki bahan kemasan yang aman, memiliki informasi tanggal kadaluarsa yang jelas pada kemasan, memiliki manfaat yang dirasakan setelah mengonsumsi, memiliki banyak jenis rasa, harga yang terjangkau, promosi yang banyak dan menarik dan tersedia di banyak tempat yang strategis.

B. Saran

1. Saran untuk perusahaan Minuman Isotonik:
 - a) Saran untuk Pocari Sweat sebagai *market leader*
 - Pocari Sweat harus melakukan pemerataan produk lebih banyak lagi di berbagai tempat penjualan agar konsumen bisa lebih mudah untuk mendapatkan produk tersebut di tempat yang strategis dan mudah di temui.

- Pocari Sweat harus melakukan strategi memperluas pangsa pasar, yaitu berfokus pada meningkatkan jumlah penjualan Pocari Sweat, yang harus dilakukan oleh Pocari Sweat yaitu membuat promo atau diskon menarik untuk calon pembeli misalnya potongan harga yang lebih besar promo bundling *Buy2 get1* di setiap periode dengan promo yang berganti agar pembeli lebih tertarik untuk melakukan pembelian Pocari Sweat dibanding kompetitor lainnya.
- b) Saran untuk Mizone dan Hydro Coco sebagai *Market Challenger*
- Melakukan Strategi *Encirclement attack* berfokus pada penyerangan secara langsung dengan Pocari Sweat sebagai *market leader* dan melakukan perbaikan atau inovasi pada atribut-atribut yang memiliki nilai evaluasi kepercayaan tertinggi maupun nilai evaluasi kepercayaan terendah.
 - menentukan harga di bawah harga pasar, dimana harga Mizone dan Pocari Sweat belum memenuhi evaluasi kepercayaan konsumen dan tertinggal jauh di bawah Pocari Sweat yang sudah memenuhi evaluasi kepercayaan konsumen.
 - memberikan potongan harga yang lebih besar atau memberikan promosi lainnya seperti pembelian *Buy 2*

Get 1 atau pemberian hadiah setiap pembelian dengan nominal tertentu.

- Melakukan pemerataan produk di berbagai tempat penjualan strategis baik modern ataupun tradisional agar konsumen mudah menemui untuk bertransaksi minuman isotonik tersebut.

2. Saran untuk peneliti selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya untuk melanjutkan penelitian ini terkait dengan analisis sikap dan perilaku, maka peneliti menyarankan untuk meneliti atribut yang sekiranya belum terdapat di dalam penelitian ini, misalnya cita rasa, penyajian produk, kualitas produk, fasilitas, dan menambahkan objek sejenis yang belum terdapat di penelitian ini.