

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama membuktikan bahwa Konsumen mempunyai sikap yang lebih baik terhadap Pocari Sweet daripada terhadap Mizone. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen akan memandang bahwa produk tersebut lebih menarik dibandingkan dengan merek pengikut.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa terdapat perbedaan sikap yang signifikan antara konsumen yang mengetahui bahwa Pocari Sweet merupakan merek pionir dengan konsumen yang tidak mengetahui bahwa Pocari Sweet merupakan merek pionir. Perbedaan tersebut terlihat bahwa sikap konsumen yang telah mengetahui Pocari Sweet sebagai merek Pionir memiliki sikap yang lebih tinggi dibandingkan dengan konsumen yang tidak mengetahui bahwa Pocari Sweet sebagai merek Pionir.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan sikap konsumen pada merek pioner dan sikap konsumen pada merek pengikut terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin tinggi sikap seseorang terhadap merek Pioner maupun pengikut

maka akan mendorong keputusan pembeliannya terhadap merek Pioneer tersebut. Dalam penelitian ini sikap konsumen pada merek pengikut memiliki pengaruh yang lebih kuat (dominan) terhadap keputusan pembelian dibandingkan sikap konsumen pada merek pioner.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan maka sarana yang dapat disampaikan kepada pihak pemasa produk Minuman isotonik merek Pocari Sweet dan Mizone di Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pocari Sweet hendaknya mempertahankan atribut-atribut yang melekat pada produk minuman isotonik ini karena terbukti disikapi lebih tinggi oleh konsumen. Sebagai merek pioner Pocari Sweet terus melakukan inovasi produk terutama dalam kandungan vitamin, kesegaran rasa sehingga produk ini tetap akan diunggulkan oleh konsumen sebagai produk yang berkualitas. Inovasi produk dapat dilakukan dengan memperbanyak variance produk dengan berbagai rasa misalnya rasa buah atau inovasi lainnya. Begitu juga dengan citra produk hendaknya ditingkatkan dengan melakukan promosi yang lebih gencar dengan memberikan informasi penting bagi pelanggan bahwa Pocari Sweet merupakan produk pelopor dalam minuman isotonik, sehingga diharapkan merek Pocari sweet ini akan semakin melekat dibenak konsumen.
2. Bagi Mizone, sebagai merek pengikut ternyata mampu memberikan pengaruh yang dominan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian.

Untuk itu pihak Mizone hendaknya memprioritaskan peningkatan atribut-atribut produk, terutama yang disikapi paling rendah oleh konsumen terutama dalam hal bahan pengawet dan kandungan vitamin. Inovasi kedepan hendaknya Mizone lebih banyak memasukkan unsur-unsur vitamin dan menggunakan bahan-bahan alami sehingga kandungan kimiawi dari minuman tersebut dapat diminimalkan, karena ternyata konsumen cukup kritis dalam menilai sebuah produk. Dengan teknologi yang lebih canggih, sistem kemasan produk ini akan lebih tahan lama walaupun tidak menggunakan bahan pengawet.