BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Setelah penulis mengadakan pembahasan mengenai pengaruh Motivasi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian coklat kemasan chunky bar Bandung, maka penulis dalam bab ini akan mencoba menarik suatu kesimpulan dan memberikan saran berdasarkan atas uraian yang telah penulis kemukakan dalam bab sebelumnya.

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif data penelitian untuk Pengaruh motivasi. Tanggapan responden tentang pengaruh motivasi cukup baik didasarkan pada kualitas harga barang, ketersediaan produk, kualitas rasa produk, ketahanan rasa produk sudah cukup baik. Total skor tertinggi ada pada harga barang cukup atau sedang dan terendah ada pada ketahanan rasa produk yakni kurang baik atau lemah. Item pernyataan tertinggi pada coklat kemasan chunky bar berada pada indikator harga barang. Sementara item pernyataan terendah ada pada ketahanan rasa produk.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif data penelitian untuk variabel sikap konsumen. Tanggapan responden tentang sikap konsumen cukup baik didasarkan pada produk yang dibeli produk yang terbaik, produk yang dibeli produk yang diinginkan, produk yang dibeli produk yang disukai yang sudah cukup baik. Total skor tertinggi ada pada produk yang disukai yakni sedang dan terendah ada pada produk yang diingikan. Item

pernyataan tertinggi pada coklat kemasan chunky bar berada pada indikator produk yang disukai. Sementara item pernyataan terendah ada pada produk yang diinginkan.

3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif data penelitian untuk variabel sikap konsumen.Tanggapan responden tentang keputusan pembelian cukup baik didasarkan pada pengenalan masalah, evaluasi alternativ, perilaku pasca pembelian yang sudah cukup baik. Total skor tertinggi ada pada target sikap konsumen yakni sangat baik atau tinggi dan terendah ada pada pengaruh motivasi. Item pernyataan tertinggi coklat kemasan chunky bar berada pada indikator sikap konsumen. Sementara item pernyataan terendah ada pada pengaruh motivasi.
4. Berdasarkan perhitungan statistik pada uji hipotesis parsial dapat diambil kesimpulan bahwa Pengaruh Motivasi berpengaruh terhadap Sikap Konsumen, namun tidak signifikan.
5. Berdasarkan perhitungan statistik pada uji hipotesis parsial dapat diambil kesimpulan bahwa Sikap Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
6. Berdasarkan keseluruhan pemaparan analisis perhitungan statistik pada uji korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis, dapat diambil kesimpulan bahwa, secara statistik, pengaruh motivasi dan sikap konsumen telah terbukti mempunyai korelasi yang sedang dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan pengaruh yang kecil Sedangkan

sisanya pengaruh yang besar merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diamati penulis.

5.2 SARAN

Berdasarkan dari kesimpulan yang telah dibahas diatas, maka penulis mencoba menyampaikan beberapa saran, sebagai bahan pertimbangan sebagai berikut:

1. Pengaruh motivasi yang sudah baik dan masih rendah dapat dicapai melalui peningkatan kualitas bahan baku dan penganggaran biaya promosi yang digunakan :
   a) Meningkatkan standar mutu kualitas bahan baku yang akan digunakan dan mencari distributor bahan baku dengan harga yang lebih rendah.
   b) Menganggarkan setiap biaya yang diperlukan dalam melakukan kegiatan operasional perusahaan salah satu contoh adalah biaya promosi atau iklan yang berubah-ubah
2. Sikap Konsumen yang sudah baik dan masih rendah dapat ditingkatkan dengan cara mempertahankan media yang sudah baik dan melakukan perbaikan pada peralatan yang digunakan :
   a) Mempertahankan dan melakukan perbaikan-perbaikan pada yang berkaitan dengan penggunaan media sebagai sarana dalam membantu perusahaan memasarkan produknya
   b) Mengganti seluruh alat yang sudah tidak layak pakai dengan peralatan yang baru sehingga tidak menghambat proses produksi.

3. Keputusan Pembelian yang sudah baik dan masih rendah dapat ditingkatkan dengan cara mempertahankan penjualan dan pengembalian investasi :
   a) Menentukan strategi yang tepat, menentukan segmen, target dan posisi pasar yang akan berdampak pada peningkatan penjualan.
   b) Menigkatkan manajemen keuangan yang baik.
4. Dari hasil kesimpulan yang keempat bahwa terdapat pengaruh namun tidak begitu signifikan antara sikap konsumen terhadap keputusan pembelian, sarannya adalah mencari sumber yang menjual produk dengan harga yang rendah dan memiliki kualitas yang baik. Serta sebaiknya perlu ada penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor yang tidak diteliti seperti lokasi,dll