BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian dan menganalisis data, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Pelaksanaan atribut atribut produk parfum ruangan calpro PT.Hoffmen yang terdiri dari:
    - Merek sudah cukup dikenal oleh konsumen dan merek parfum ruangan calpro selalu menjadi pilihan dalam pembelian.
    - Kemasan cukup menarik sehingga tidak terlalu banyak konsumen yang tertarik, sedangkan dengan adanya kemasan dapat melindungi produk Parfum Ruangan Calpro.
    - Label cukup terlihat jelas dari pencantuman harga dan cara penggunaanya.
    - Kualitas baik karena parfum ruangan calpro harumnya tercium tahan lama.

    PT.Hoffmen International berusaha melaksanakan atribut produk dengan sebaik-baiknya untuk dapat menarik perhatian konsumen di tengah ketatnya persaingan bisnis saat ini.

2. Tanggapan responden terhadap pelaksanaan atribut produk dinilai Baik dengan skor 68,5%, karena responden menilai bahwa merek, kemasan, label, dan kualitas dinilai baik, dengan data sebagai berikut :

a. Merek dapat dikatakan baik dilihat dari persentase jawaban konsumen sebesar 69,1% yang diamana berada pada rentang skor baik yaitu 68% - <84%, karena merek parfum ruangan calpro PT.Hoffmen sudah banyak dikenal oleh konsumen dan merek parfum ruangan calpro PT.Hoffmen selalu menjadi pilihan dalam pembelian.

b. Kemasan dapat dikatakan cukup baik dapat dilihat dari persentase jawaban konsumen sebesar 68% dan berada pada rentang skor yaitu 52% - <68% karena Kemasan dari Parfum Ruangan Calpro cukup menarik sehingga tidak terlalu banyak konsumen yang tertarik sedangkan dengan adanya kemasan dapat melindungi produk Parfum Ruangan Calpro.

c. Label dapat dikatakan cukup baik dilihat dari persentase jawaban konsumen sebesar 67,1% dan berada pada rentang skor baik yaitu 52% - <68% , dikarenakan bahwa pencantuman harga dan cara penggunaanya cukup terlihat oleh konsumen.

d. Kualitas dapat dikatakan dinilai baik dengan persentase jawaban konsumen sebesar 71,2% dan berada pada rentang skor baik yaitu 68% -

<84%, dikarenakan bahwa produk parfum ruangan calpro harumnya tercium tahan lama.

5.2 Saran

Dari hasil analisis yang dibuat, maka penulis mencoba untuk memberikan beberapa masukan kepada pihak perusahaan berupa saran-saran sebagai pertimbangan dalam Atribut Produk Parfum Ruangan Calpro PT.Hoffmen Iternational Cabang Bandung, antara lain:

- Atribut Produk Parfum Ruangan PT.Hoffmen International Cabang Bandung perlu ditingkatkan agar hasilnya menjadi lebih baik lagi, diantaranya:
    a. PT.Hoffmen International perlu memperjelas lagi keterangan-keterangan dalam label karena pencantuman harga dan cara penggunaan tidak terlalu terlihat jelas.
    b. Dalam segi kemasan perlu dibuat semenarik mungkin agar konsumen tertarik melihat kemasannya dan konsumen malakukan pembelian parfum ruangan calpro.
    c. PT.Hoffmen International harus lebih memperkenalkan Merek lagi agar konsumen lebih mengetahui merek parfum ruangan calpro.