

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis perilaku konsumen yang tampak dan perilaku konsumen yang tidak tampak berupa persepsi dan tingkat loyalitas konsumen terhadap minyak goreng Arrow di kota Padang, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Karakteristik konsumen yang membeli minyak goreng Arrow di Kota Padang berdasarkan demografinya adalah konsumen yang berada pada rentang umur 41-50 tahun, berjenis kelamin perempuan, memiliki tingkat pendidikan terakhir yaitu SMA/ sederajat, dan memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri. Untuk karakteristik perilaku konsumen yang tampak didominasi oleh konsumen yang membeli minyak goreng Arrow sebanyak 1 kemasan dan melakukan pembelian sebanyak 1 kali dalam sebulan. Untuk orang yang menyarankan membeli minyak goreng Arrow adalah diri sendiri dan juga teman, pengambilan keputusan didominasi oleh keinginan diri sendiri dengan kandungan gizi sebagai pedoman utama melakukan pembelian.
2. Pada analisis perilaku konsumen yang tidak tampak dapat disimpulkan:
 - a. Persepsi konsumen yang tidak tampak berupa persepsi konsumen terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut minyak goreng Arrow, masih ada kinerja atribut minyak goreng Arrow yang belum sesuai dengan keinginan (harapan) konsumen. Atribut minyak goreng Arrow yang perlu ditingkatkan kinerjanya adalah harga produk dan kemudahan konsumen dalam mendapatkan produk. Demi memenuhi kebutuhan konsumen, perusahaan harus memperbaiki kinerja dari kedua atribut tersebut. Atribut minyak goreng Arrow yang sangat penting dan harus dipertahankan kinerjanya oleh perusahaan adalah daya tahan produk dan kandungan gizi produk.
 - b. Tingkat loyalitas konsumen minyak goreng Arrow pada analisis *switcher buyer* sebesar 40% yang menyatakan akan beralih ke merek minyak goreng lain karena faktor ketersediaan atau kemudahan mendapatkan minyak goreng Arrow. Pada analisis *habitual buyer* sebesar 74% menyatakan setuju membeli minyak goreng Arrow karena

kebiasaan. Analisis *satisfied buyer* sebesar 94% responden merasa sudah puas mengkonsumsi minyak goreng Arrow. pada analisis *liking the brand* dan analisis *committed buyer* memiliki persentase yang sama yaitu sebesar 60% dikarenakan menyukai minyak goreng Arrow dan sering menyarankan orang lain untuk membeli minyak goreng Arrow. Berdasarkan analisis tersebut bentuk piramida tingkat loyalitas konsumen sudah dikatakan baik karena nilai *committed buyer* lebih besar persentasenya dibandingkan dengan persentase *switcher*, artinya konsumen yang setia membeli lebih besar dibandingkan dengan konsumen yang berpindah merek.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka disarankan kepada pihak perusahaan untuk :

1. Seperti yang diketahui bahwa harga produk dan kemudahan mendapatkan produk harus ditingkatkan lagi kinerjanya oleh perusahaan agar konsumen tidak beralih mengkonsumsi minyak goreng merek lain. Konsumen berharap minyak goreng Arrow memiliki harga yang lebih terjangkau dan perusahaan dapat memperluas pasar sehingga minyak goreng Arrow dengan mudah ditemukan di swalayan atau toko-toko yang ada di kota Padang.

