

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Analisis Sikap Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas Terhadap Konsumsi Minuman Cokelat Di Kota Padang, maka dapat disimpulkan beberapa hal sesuai dengan tujuan penelitian.

1. Untuk tujuan pertama, karakteristik mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas yang mengonsumsi terbanyak berdasarkan jenis kelamin yaitu perempuan berjumlah 75,79% (72 orang). Karakteristik berdasarkan usia yang terbanyak yaitu usia 21-22 tahun berjumlah 41,06% (39 orang). Karakteristik uang saku yang dominan yaitu sebesar Rp 1.000.001-1.500.000 berjumlah 50,52% (48 orang). Berdasarkan hasil respon dari responden terhadap proses keputusan pembelian minuman cokelat dapat disimpulkan bahwa konsumen minuman cokelat di Kota Padang, pada tahap pengenalan kebutuhan, membeli/mengonsumsi karena ingin meningkatkan suasana hati yaitu sebanyak 52,63% (50 orang). Pada tahap pencarian informasi, sumber informasi yang diperoleh oleh konsumen dominan berasal dari teman sebesar 47,38% (45 orang). Pada tahap evaluasi hal yang banyak menjadi pertimbangan responden dalam pembelian minuman cokelat yaitu rasa sebanyak 63,16% (60 orang). Selanjutnya pada tahap pembelian sebanyak 60 responden melakukan pembelian minuman cokelat Chocolate Changer dan 35 responden melakukan pembelian minuman cokelat BanBan. Pembelian minuman cokelat dilakukan secara tidak terencana sebanyak 55,79% (53 orang) dengan frekuensi pembelian 1-2 kali/bulan. Pada tahap perilaku pasca pembelian responden umumnya berkeinginan untuk melakukan pembelian ulang minuman cokelat sebanyak 84,21% (80 orang) yang telah dikonsumsi sebelumnya dan berniat melakukan rekomendasi minuman cokelat yang sering dikonsumsi kepada orang lain.
2. Untuk tujuan kedua, yaitu sikap mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas terhadap minuman cokelat Chocolate Changer, secara umum responden lebih menyukai kinerja atribut lokasi dan rasa. Atribut yang memiliki nilai sikap positif yaitu atribut lokasi (18,69), rasa (17,96), promosi (17,59), nama merek

(17,4), kemasan (16,79) dan nilai gizi (15,59) . Sedangkan atribut harga (14,82) memiliki nilai sikap netral. Berdasarkan hasil analisis sikap mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas andalas terhadap minuman cokelat BanBan, secara umum responden lebih menyukai atribut kemasan (17,76), lokasi (16,09) dan rasa (15,64) dengan nilai sikap positif. Sedangkan untuk atribut promosi (14,72), nama merek (14,24), harga (12,93) dan nilai gizi (12,84) memiliki nilai sikap netral.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan tersebut, maka peneliti perlu memberikan saran-saran, adapun saran yang dapat peneliti berikan setelah melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan dengan hasil penelitian ini mampu memberikan wawasan bagi produsen usaha minuman cokelat. Usaha minuman cokelat Chocolate Changer diharapkan dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kinerja atribut minuman cokelat yang dianggap konsumen positif yaitu pada atribut rasa, lokasi, kemasan, nama merek, promosi dan nilai gizi, untuk usaha minuman cokelat BanBan dapat meningkatkan pada atribut kemasan, lokasi, dan rasa. sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Usaha minuman cokelat Chocolate Changer dan Banban juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen agara mencapai nilai yang maksimal dengan cara meningkatkan kinerja pada atribut yang nilai sikapnya dinilai rendah hal ini untuk menjaga loyalitas konsumen terhadap usaha minuman cokelat Chocolate Changer dan BanBan. Oleh karena itu sebaiknya usaha minuman cokelat Chocolate Changer melakukan evaluasi terhadap kinerja secara rutin agar dapat memberikan kepuasan bagi konsumen.
3. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmu terutama dibidang perilaku konsumen dan jika dilakukan penelitian yang sama agar diperluas dengan variabel yang lebih mendalam.