

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Saluran distribusi yang meliputi dimensi *market coverage* dengan indikator yang paling baik berdasarkan skor tertinggi dari tanggapan responden yaitu kesesuaian penempatan *counter* dengan target pasar, pilihan pasar sasaran perlu dikoordinasikan secara erat dengan strategi saluran distribusi, karena saluran menghubungkan pemasok dengan pengguna akhir. Sedangkan indikator kesesuaian penempatan *counter* dengan jenis pasar kesesuaian penempatan *counter* dengan jumlah konsumen potensial memiliki skor yang sama dari tanggapan responden. Untuk dimensi *location*, bahwa indikator yang paling baik berdasarkan skor tertinggi dari tanggapan responden adalah kenyamanan lokasi *counter* dikarenakan lokasi Campina *Scoop Counter* berada dalam kampus dan terletak di kantin manajemen yang mudah dijangkau dan dengan suasana santai, sedangkan indikator yang memiliki skor terendah adalah kemenarikan display eksterior. Untuk dimensi *logistics*, indikator yang paling baik berdasarkan skor tertinggi dari tanggapan responden adalah kuantitas persediaan produk, sedangkan indikator yang memiliki skor terendah adalah kontinuitas persediaan produk. Kemudian dimensi *service levels*, indikator yang paling baik berdasarkan skor

tertinggi dari tanggapan responden kemampuan petugas dalam melayani, sedangkan pengetahuan petugas akan produk merupakan indikator yang memiliki skor terendah.

2. *Brand image* dapat menyebabkan/menghasilkan persepsi dari kualitas, nilai dan kepuasan, yang meliputi tiga dimensi yaitu *favorability* yang memiliki indikator kepercayaan konsumen terhadap produk dengan skor tertinggi dari tanggapan responden, sedangkan manfaat produk merupakan indikator dengan skor terendah. Selanjutnya *strength* yang memiliki indikator skor tertinggi dari tanggapan responden yaitu mutu produk, dan kualitas produk merupakan skor terendah dari tanggapan responden. Pada dimensi *uniqueness*, mendapat tanggapan dari responden dengan skor tertinggi pada indikator keunggulan produk, sedangkan indikator keunikan produk dan kemenarikan produk mendapat skor yang sama dari tanggapan responden.
3. Saluran distribusi produk Campina *Scoop Counter* memiliki korelasi/hubungan yang berada pada tingkat pengaruh sedang dengan *brand image*.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat direkomendasikan hal sebagai berikut :

1. Pada saluran distribusi dimensi *location*, indikator kemenarikan desain interior memiliki skor yang terendah, oleh karena itu PT. Campina Ice Cream Industry berusaha untuk memperbaiki *display eksterior neon box Campina Scoop Counter* agar lebih menarik perhatian dan minat konsumen.

2. Pada dimensi *service levels*, indikator pengetahuan petugas akan produk mendapat skor terendah dari tanggapan responden, oleh karena PT. Campina Ice Cream Industry dapat memberikan diklat mengenai pengetahuan akan produk Campina *Scoop Counter* kepada setiap petugas atau pelayan yang akan berhubungan langsung.

