

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan berbagai uraian dan temuan yang dihasilkan oleh penelitian ini, dapat diambil beberapa kesimpulan penting yang merupakan inti dari penelitian ini, antara lain:

1. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap variabel sampel yang terdiri dari tujuan, daya tarik sampel, dan kualitas sampel, diketahui bahwa tujuan sampel untuk merangsang mencoba produk mendapatkan skor tertinggi, hal tersebut dapat dipahami mengingat tujuan utama pemberian sampel oleh nugget Fiesta di berbagai *supermarket* adalah agar konsumen dapat mencoba produk yang disampelkan sebelum membeli. Sedangkan skor terendah adalah tujuan sampel untuk menginformasikan keberadaan produk, karena menginformasikan keberadaan produk bukan merupakan tujuan utama penggunaan sampel. Sampel dapat digunakan untuk menginformasikan keberadaan produk apabila sebelumnya telah melakukan kegiatan *advertising*.

Daya tarik sampel melalui penampilan SPG yang menawarkan sampel memperoleh skor tertinggi, karena untuk produk makanan dan kosmetika dengan adanya penampilan SPG yang menarik merupakan daya tarik tersendiri bagi konsumen karena dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli. Cara SPG dalam menawarkan sampel mendapatkan skor terendah, hal tersebut dikarenakan

menurut responden SPG nugget Fiesta memiliki penampilan yang menarik tetapi cara menawarkan sampelnya kurang baik sehingga kurang mendorong responden untuk mencoba sampel.

Mengenai kualitas, kandungan gizi nugget mendapatkan skor tertinggi karena nugget Fiesta menjamin bahan-bahannya tidak mengandung bahan pengawet dan terbuat dari daging olahan terbaik sehingga aman untuk dikonsumsi oleh konsumen. Sedangkan rasa nugget mendapat skor terendah.

2. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap variabel pengurangan harga yang terdiri dari tujuan dan daya tarik pengurangan harga, diketahui bahwa tujuan pengurangan harga untuk merangsang pembelian mendapatkan skor tertinggi. Sedangkan skor terendah adalah tujuan pengurangan harga dalam merangsang dan membujuk konsumen.

Menurut responden daya tarik besarnya harga yang dikurangi dalam promosi pengurangan harga, dapat menarik perhatian responden karena besarnya harga dikurangi cukup besar antara Rp.4.000,00 sampai dengan Rp.5.000,00.

3. Berdasarkan hasil pengolahan data mengenai tanggapan konsumen terhadap *point of purchase display*, yang terdiri dari tujuan dan daya tariknya. Tujuan *point of purchase display* dalam mendorong pembelian mendapatkan skor tertinggi. Skor terendah adalah tujuan *point of purchase display* dalam menginformasikan keberadaan produk.

Daya tarik *point of purchase display* berupa penyusunan produk mendapatkan skor tertinggi. Penyusunan produk nugget Fiesta pada POP *display* harus dibuat

serapih dan semenarik mungkin untuk menarik minat pembeli, hal tersebut dikarenakan POP *display* dapat menarik perhatian konsumen secara sugestif, karena susunan produk nugget Fiesta disusun rapih sehingga konsumen menjadi tertarik untuk membeli.

4. Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai keputusan pembelian, meliputi pemilihan produk, merek, saluran pembelian, waktu pembelian, jumlah pembelian, promosi, sosial dan pribadi. Dalam pemilihan produk skor tertinggi terdapat pada bentuk dan warna bungkus nugget, hal ini bisa dipahami mengingat bentuk dan warna bungkus nugget Fiesta didesain dengan modifikasi warna-warna yang menarik dengan warna dasar merah yang merupakan ciri khas nugget Fiesta dan penggunaan logo Fiesta yang selaras dengan warna bungkusnya. Pada pemilihan merek, skor tertinggi adalah kepercayaan terhadap merek. Kepercayaan terhadap merek menjadi perhatian utama mengingat selama ini banyak sekali merek nugget yang beredar di pasaran, baik merek lokal maupun impor, sehingga konsumen lebih percaya terhadap satu perusahaan yang mengeluarkan produk nugget tersebut, misalnya Golden Fiesta yang merupakan produk dari Fiesta. Sedangkan pada saluran pembelian, pelayanan yang diberikan SPG mendapatkan skor tertinggi, karena Fiesta menyediakan seorang SPG di berbagai *supermarket* dan *hypermarket* untuk membantu melayani dan memberikan informasi mengenai produk kepada konsumen dalam memilih nugget. Dalam hal waktu pembelian, mayoritas responden menjawab tingkat intensitas (sering atau tidaknya) membeli nugget adalah agak sering mengingat

nugget bukan makanan utama melainkan hanya merupakan makanan pelengkap. Mengenai jumlah pembelian, jumlah nugget yang dibeli untuk persediaan mendapatkan skor tertinggi.

Tanggapan responden terhadap promosi, sampel mendapat skor tertinggi. Tujuan utama sampel adalah untuk menginformasikan keberadaan produk, menginformasikan nilai lebih produk, merangsang mencoba produk, dan mendorong pembelian nugget lebih cepat. Sehingga sampel merupakan promosi yang tepat untuk mendorong pembelian. Sedangkan tanggapan responden terhadap keputusan pembelian berdasarkan pengaruh sosial, peranan keluarga mendapatkan skor tertinggi.

Keputusan pembelian berdasarkan pribadi, skor tertinggi terdapat pada gaya hidup mengkonsumsi makanan olahan. Hal tersebut sangat sesuai, karena saat ini makanan siap saji dan makanan olahan sudah menjadi tren di Indonesia.

5. Berdasarkan pengolahan data mengenai pengaruh sampel terhadap keputusan pembelian. Diperoleh hasil, bahwa sampel berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
6. Pengolahan data mengenai pengaruh pengurangan harga terhadap keputusan pembelian, diperoleh hasil pengurangan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengolahan data mengenai pengaruh *point of purchase display* terhadap keputusan pembelian, diperoleh hasil *point of purchase display* berpengaruh sangat tinggi terhadap keputusan pembelian.

7. Berdasarkan pengolahan data mengenai pengaruh sampel, pengurangan harga, dan *point of purchase display* terhadap keputusan pembelian, diperoleh hasil bahwa sampel, pengurangan harga, dan *point of purchase display* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan temuan yang telah dihasilkan, ada beberapa hal yang menjadi rekomendasi berkenaan dengan sampel, pengurangan harga, dan *point of purchase display* yang dilakukan oleh nugget Fiesta, antara lain:

1. Sampel terbukti mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen nugget Fiesta, namun hal terpenting yang harus diperhatikan oleh nugget Fiesta adalah daya tarik penggunaan sampel. Untuk itu nugget Fiesta harus berupaya agar sampel lebih dibuat menarik lagi baik dari penggunaan SPG (*sales promotion girl*) dan cara melakukan promosi sampel berupa coba gratis yang berbeda dengan promosi sampel merek nugget lainnya.
2. Pengurangan harga terbukti mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen nugget Fiesta, namun hal terpenting yang harus diperhatikan oleh nugget Fiesta adalah tujuan pengurangan harga. Untuk itu nugget Fiesta sebelum memutuskan untuk menggunakan promosi pengurangan harga harus merencanakan terlebih dahulu secara matang agar tujuan yang telah dirancang dapat tercapai secara maksimal. Kemudian sebaiknya yang seharusnya dijadikan

target atau sasaran dalam program pengurangan harga adalah pelanggan baru yang memiliki kemungkinan untuk beralih ke produk lainnya, bukan pelanggan yang telah loyal terhadap nugget Fiesta.

3. *Point of purchase display* terbukti mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen nugget Fiesta, namun hal terpenting yang harus diperhatikan oleh nugget Fiesta adalah daya tarik *point of purchase display*. Untuk itu nugget Fiesta harus berupaya agar *point of purchase display* lebih dibuat menarik lagi baik dari bentuk desainnya hingga permintaan kepada distributor untuk meletakkan *point of purchase display* pada tempat yang strategis dan mudah dilihat oleh konsumen.
4. Sampel, pengurangan harga, dan *point of purchase display* yang dilaksanakan oleh nugget Fiesta terbukti mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Akan tetapi, karena sampel memperoleh skor terendah, nugget Fiesta hendaknya mempertimbangkan kembali mengenai pelaksanaan sampel dan berusaha mempertahankan aktivitas pengurangan harga dan *point of purchase display* yang lebih menarik bagi konsumen atau berusaha untuk mencari alternatif lain selain sampel.