



## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah diperoleh dan selanjutnya diolah, maka hasil penelitian dan uji hipotesis dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Pada tingkatan core benefit ternyata terdapat perbedaan yang signifikan, yang dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  ( $= 6.981$ ) lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $= 1.985$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan hipotesis kerja ( $H_1$ ) yang diajukan diterima.
2. Pada tingkatan produk generik, ternyata terdapat perbedaan yang signifikan, yang dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  ( $= 3.542$ ) lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $= 1.985$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan hipotesis kerja ( $H_1$ ) yang diajukan diterima.
3. Pada tingkatan produk yang diharapkan, ternyata terdapat perbedaan yang signifikan, yang dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  ( $= 7.696$ ) lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $= 1.985$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan hipotesis kerja ( $H_1$ ) yang diajukan diterima.
4. Pada tingkatan produk tambahan, ternyata terdapat perbedaan yang signifikan, yang dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  ( $= 6.638$ ) lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $= 1.985$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan hipotesis kerja ( $H_1$ ) yang diajukan diterima.

5. Pada tingkatan produk potensial, ternyata terdapat perbedaan yang signifikan, yang dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  ( $= 6.244$ ) lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $= 1.985$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan hipotesis kerja ( $H_1$ ) yang diajukan diterima.

## 5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi produsen *shampoo* sunsilk anti ketombe dan pantene anti ketombe adalah sebagai berikut:

1. Untuk manfaat dasar, diharapkan kepada perusahaan P&G dan Unilever untuk lebih meningkatkan produknya terutama dalam hal kemampuan membersihkan rambut, memelihara rambut, menghilangkan ketombe dan mencegah timbulnya ketombe.
2. Untuk produk generik, diharapkan kepada perusahaan P&G dan Unilever untuk lebih meningkatkan produknya terutama dalam hal menghasilkan busa yang banyak dan lembut, desain yang memudahkan pemakaian dan ukuran kemasan yang lengkap.
3. Untuk produk yang diharapkan, diharapkan kepada perusahaan P&G membuat desain kemasan yang lebih menarik, dan membuat aroma *shampoo* yang lebih harum. Sedangkan bagi perusahaan Unilever, diharapkan dapat menetapkan harga yang lebih rendah dan desain yang lebih mampu melindungi isi produk.

4. Untuk produk tambahan, diharapkan kepada perusahaan P&G untuk mempertahankan kinerja produknya. Sedangkan bagi perusahaan Unilever, diharapkan dapat memproduksi *shampoo* sunsilk anti ketombe yang lebih hemat dalam pemakaian, lebih mudah didapat/tersedia di mana-mana, harga yang lebih terjangkau dan info pemakaian yang lebih jelas.
5. Untuk produk potensial, diharapkan kepada perusahaan P&G dan Unilever untuk benar-benar melaksanakan pengembangan produk yang baik mencakup penambahan vitamin baru, pembuatan desain kemasan baru ataupun pembuatan ukuran kemasan baru.

Secara keseluruhan, diharapkan kepada perusahaan P&G serta Unilever agar terus berusaha memperhatikan situasi pasar. Hal ini perlu dilakukan agar perusahaan dapat mengantisipasi kemungkinan terjadinya perubahan selera/perilaku konsumen di masa Y.a.d/lahirnya suatu perusahaan baru yang menciptakan produk *shampoo* mengingat pada saat ini banyak sekali bermunculan berbagai merek *shampoo* anti ketombe.



**DAFTAR KEPUSTAKAAN**

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Adam, Everett E., and Ronald J. Ebert., 1989, *Production and Operation Management*, Fourth Edition, Prentice Hall., Englewood Cliff, New Jersey.
- Arcana, Nyoman., *Pengantar Statistik II*, Fakultas Ekonomi Katolik Widya Mandala, Surabaya, 1996.
- Feigenbaum, Armand V., 1986, *Total Quality control*, Third edition, McGraw Hill.Inc, New York.
- Kotler, Philip., and Gary Armstrong, 1996, *Marketing an introduction*, Seventh Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- , Philip., 1999, *Marketing*, Cetakan kedelapan, Erlangga, Jakarta.
- , Philip., 2000, dan AB Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Maholtra, Naresh., 1999, *Marketing Research an Applied Orientation*, Upper Saddle River, Prentice Hall.
- McLeod Jr, Raymond., 1995, *Sistem Informasi Manajemen*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid I, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Ongko, Olivia Kartika Devi., 1998, *Analisa Tanggapan Konsumen terhadap Perbedaan Kualitas Produk Sandal Merek Ando dengan Sandal Merek Zandilac ditinjau dari Tingkatan Produk di Surabaya*, Skripsi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Radiosunu., 1986, *Manajemen Pemasaran suatu pendekatan analisis*, edisi kedua, BPFE, Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy., 1997, *Riset Pemasaran*, cetakan pertama, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Santoso, Singgih., 2000, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, cetakan pertama, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Simamora, Bilson., 2002, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy., 1998, *Strategi Pemasaran*, cetakan kedua, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Umar, Husein., 1999, *Metodologi Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

-----, Husein., 2000, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

