

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian yang telah penulis lakukan pada para responden, serta setelah melakukan analisis data dan pembahasan terhadap hasil jawaban responden, maka dapat disimpulkan:

- a. Setelah melakukan penelitian, mengumpulkan dan menganalisis kuesioner dengan menggunakan statistik deskriptif maupun statistik inferensial, maka dapat disimpulkan bahwa ada kesesuaian antara *product positioning strategy* yang dijalankan oleh PT. United Dico Citas Company Ltd dengan persepsi konsumen terhadap produk tablet hisap "Vitacimin". Hal ini dapat dilihat dari hasil analisa terhadap *positioning product* dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (dimana dari ke lima belas *positioning* yang ada, sebagian besar responden menyatakan Setuju bahwa tablet hisap Vitacimin sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen). Dengan demikian, maka hipotesis telah terbukti kebenarannya.
- b. Berdasarkan jumlah pilihan tersebut di atas rata-rata (*mean*) sebesar 396 dan *interquartile range* $K1 = 5,892857143$ dan $K3 = 8,486111111$ dapat diartikan bahwa pemakai produk tablet hisap Vitacimin dalam mempersepsikan *strategy position on product features* dan *position on benefits* yang dijalankan perusahaan adalah "Sangat Setuju" sampai "Setuju" dan diketahui juga dari rata-rata *interquartile range* (Dk) sebesar 1,296626984 yang berarti bahwa

pemakai tablet hisap Vitacimin mempunyai persepsi yang sama (homogen) terhadap *strategy position on product features* dan *benefits* yang dijalankan oleh perusahaan.

- c. Berdasarkan atas Tabel 4.3 tentang distribusi frekuensi penilaian *product positioning strategy* terhadap produk Vitacimin, ternyata bahwa konsumen cenderung Setuju terhadap hampir semua ciri khas (*strategy position on product features*) dan manfaat (*position on benefits*) yang diberikan tablet hisap Vitacimin.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh perusahaan dalam menjalankan pemasarannya. Saran-saran tersebut sebagai berikut:

- a. Bertitik tolak dari hasil kuesioner yang diperoleh menunjukkan bahwa perusahaan selama ini dapat mengikuti serta memenuhi semua kebutuhan dan keinginan konsumen, oleh karena itu menurut pandangan penulis perusahaan harus dapat mempertahankan *positioning* yang sudah ada, yaitu: perusahaan harus dapat mencari atribut atau ciri khas (*position on product features*) serta manfaat produk (*position on benefits*) yang benar-benar tepat atau sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen dan dapat dilaksanakan oleh perusahaan.

Agar dapat mempertahankannya maka perusahaan harus dapat mencari informasi-informasi serta perkembangan atau perubahan-perubahan yang ada di masyarakat atau pasar, diantaranya melalui pembagian kuesioner atau angket seperti yang dilakukan penulis atau dengan mengadakan riset dan pengembangan yang berhubungan dengan model atau kualitas tablet hisap yang tepat.

- b. Karena persepsi yang positif dari konsumen terhadap tablet hisap Vitacimin, maka hendaknya perusahaan harus dapat terus mempertahankan atau memperbaiki kualitas, manfaat, rasa serta mutu dan sebagainya agar lebih disukai oleh masyarakat.
- c. Meskipun produk tablet hisap Vitacimin sudah dikenal luas pada kalangan menengah ke atas, perusahaan hendaknya terus memantau perilaku konsumen dan pesaingnya, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi gerakan pesaing dan perubahan perilaku konsumen.

Demikianlah, simpulan dan saran-saran yang dapat dikemukakan oleh penulis dalam skripsi ini, semoga dapat bermanfaat baik bagi PT.United Dico Citas Company Ltd maupun perusahaan-perusahaan yang sejenis.