

BAB 5

SIMPULAN dan SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yang dapat dikemukakan sebagai berikut:

- A. Berdasarkan dari analisis karakteristik responden, mayoritas tipe dari pelanggan produk Cole adalah orang yang berusia 31 - 40 tahun, pendidikan Sarjana, pekerjaan karyawan swasta dan penghasilan Rp 1.000.000 – 2.000.000.

- B. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode Fishbein:
 - Ternyata Intrepetasi Sikap responden pemakai memiliki penilaian Intrepetasi sikap BAIK ($208,6 < X \leq 275,8 = \text{Baik}$), sesuai dengan average nilai skor sikap 233,54 (Tabel 4.2), dan penilaian Intrepetasi Sikap responden bukan pemakai memiliki Intrepetasi sikap BIASA ($141,4 < X \leq 208,6 = \text{biasa}$), dengan average nilai skor sikap 185,7 (Tabel 4.4)
 - Perbandingan Intrepetasi Sikap responden pemakai lebih baik bila dibandingkan Sikap responden bukan pemakai. Dimana secara kualitatif, dari total 63 responden pemakai: 11 responden menyatakan sikap BIASA, 48 responden menyatakan sikap BAIK, 4 responden menyatakan sikap SANGAT BAIK, dan TIDAK ADA responden menyatakan sikap BURUK dan SANGAT BURUK (Tabel 4.6 dan Gambar 4.8).

C. Berdasarkan hasil penelitian melalui uji korelasi Khi Kuadrat:

- Ternyata ada pengaruh antara Status responden dengan Sikap responden karena nilai χ^2 hitung = 30,12 > χ^2 Tabel = 9,488. Artinya semakin tinggi jumlah status responden pemakai maka semakin tinggi nilai sikap responden terhadap produk Cole, atau semakin tinggi jumlah status responden bukan pemakai maka semakin rendah nilai sikap responden terhadap produk Cole.

D. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode Langsung:

- Ternyata Intrepetasi Sikap responden pemakai memiliki penilaian Intrepetasi sikap BAIK ($3,4 < X \leq 4,2 = \text{Baik}$), sesuai dengan average nilai skor sikap 4,01 (Tabel 4.7), dan penilaian Intrepetasi Sikap responden bukan pemakai memiliki Intrepetasi sikap BIASA ($2,6 < X \leq 3,4 = \text{biasa}$), dengan average nilai skor sikap 3,1 (Tabel 4.8).

E. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan kedua metode (Metode Fishbein dan Metode Langsung) menghasilkan:

- Posisi Intrepetasi sikap responden yang sama, karena:
Intrepetasi sikap responden pemakai dengan metode Fishbein menghasilkan nilai average 233,54 (Tabel 4.2) = BAIK ($208,6 < X \leq 275,8 = \text{Baik}$) dan Intrepetasi sikap responden pemakai dengan metode langsung menghasilkan nilai average 4,01 (Tabel 4.7) = BAIK ($3,4 < X \leq 4,2 = \text{Baik}$).
- Untuk Intrepetasi sikap responden bukan pemakai dengan metode Fishbein menghasilkan nilai average 185,7 (Tabel 4.4) = BIASA ($141,4 < X \leq 208,6 = \text{Biasa}$) dan Intrepetasi sikap responden bukan pemakai dengan metode

langsung menghasilkan nilai average 3,1 (Tabel 4.8) = BIASA ($2,6 < X \leq 3,4$ = biasa).

F. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan Rumus Rank Spearman:

- Pada pemakai dan bukan pemakai ternyata korelasi kedua metode signifikan, dimana adanya hubungan statistik antara sikap pemakai dan bukan pemakai melalui metode Fishbein dengan metode langsung. Dengan kata lain, sikap responden pemakai dan responden bukan pemakai produk Cole dengan metode Fishbein dan metode Langsung memiliki hubungan konsistensi individu. Hasil kedua metode sama. Artinya, kalau sikap responden dengan metode Fishbein rendah maka dengan metode langsung juga rendah karena: Tolak H_0 yang menyatakan tidak ada ketidakbebasan antara kedua variabel yang diuji. Sebaliknya, terima H_a yang menyatakan adanya ketidakbebasan variabel yang diuji karena $CR >$ nilai t Tabel, ($5,1 > 1,64$).

5.2 Saran

- Perusahaan sebaiknya tetap mempertahankan produk Cole karena terbukti merek ini mendapatkan penilaian baik dari responden, dengan cara:
 1. Mengetahui apa yang menjadi kelemahan dan kelebihan produk Cole bila dibandingkan dengan pesaingnya, yaitu:
 - Meningkatkan faktor produk yang dinilai rendah/kurang dimata konsumen, misalnya apakah harganya sesuai kualitasnya.
 - Mempertahankan Faktor produk yang dianggap menjadi unggulan dalam faktor produk Cole, misalnya memiliki keragaman warna.
 2. Lebih meningkatkan acara promosi, seperti mengadakan iklan pada audio promosi didalam toko mengenai produk Cole.
 3. Memberikan space atau area pada area promosi dengan *free charge*.

4. Agar lebih sering menampilkan visual display dengan menggunakan merchandise Cole pada *Center point, End Point dan Show Window*, sehingga diharapkan dapat membantu dalam meningkatkan *sales* produk Cole
- Perusahaan hendaknya juga memperhatikan faktor-faktor penunjang utama lainnya selain faktor-faktor produk yaitu seperti customer service, sistem penataan dan presentasi produk, sehingga diharapkan dapat mendukung terbentuknya Brand Image produk Cole yang baik.