

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan hasil analisis yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan *Quartimax Method*, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat empat faktor pada keputusan konsumen dalam pembelian produk air mineral VIT, yaitu: faktor “**Manfaat**”, faktor “**Promosi**”, faktor “**Kualitas**”, dan faktor “**Persepsi**”.

Faktor manfaat dapat diartikan bahwa dalam keputusan pembelian air mineral VIT dapat dilihat dari VIT desain produknya menarik, VIT kualitas rasa yang segar dapat melepaskan rasa haus dahaga, VIT harganya yang ditawarkan terjangkau, VIT produk yang banyak dijual dipasarkan sehingga mudah ditemukan, VIT merek yang terkenal, dan VIT merek yang terpercaya.

Pada faktor promosi dapat diartikan dalam keputusan pembelian air mineral VIT dapat dilihat dari VIT kemasan produk ada berbagai macam, VIT promosinya (iklan) menarik, dan VIT memiliki pelayanan konsumen yang memadai.

Dalam faktor kualitas dapat diartikan dalam keputusan pembelian air mineral VIT dapat dilihat dari VIT kemasannya praktis, VIT produk halal, dan VIT minuman semua kalangan usia.

Faktor persepsi dapat diartikan dalam keputusan pembelian air mineral VIT dapat dilihat dari VIT memiliki rasa yang bervariasi dan VIT sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Faktor pertama sampai keempat merupakan hal-hal lain yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan membeli air mineral VIT. Dengan demikian bahwa konsepsi konsumen seperti terlihat dari konsumen dalam berinteraksi dengan keempat faktor yang ada yaitu manfaat, promosi, kualitas, dan persepsi.

B. Saran

Pada perusahaan PT Varia Industri Tirta (VIT) diharapkan dapat menggunakan strategi pemasaran untuk menarik konsumen agar dapat memutuskan untuk membeli air mineral VIT. Strategi pemasaran dapat dilakukan dengan 4P pemasaran yaitu produk, lokasi, harga dan promosi. Strategi yang paling dominan yang perlu dilakukan oleh perusahaan PT Varia Industri Tirta (VIT) adalah dari segi variasi produk. Hal ini dilakukan karena variasi pada produk air mineral VIT kurang banyak.

Selain itu perusahaan PT Varia Industri Tirta (VIT) dapat menggunakan faktor-faktor yang telah ada untuk merumuskan langkah-langkah yang dilakukan oleh perusahaan PT Varia Industri Tirta (VIT) agar lebih dapat menarik konsumen dan meningkatkan penjualan setiap tahunnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri.2012.*Manajemen Pemasaran*. PT Grafindo Persada: Jakarta
- Alma, Buchari.2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta: Bandung
- Assauri, Sofiyon.2010. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Daryanto.2011. *Manajemen Pemasaran*. cetakan 1. Satu Nusa: Bandung
- Fahmi, Irham.2012. *Manajemen, Teori, Kasus, dan Solusi*. Alfabeta: Bandung
- Fahmi, Irham.2013. *Manajemen Strategis, Teori, dan Aplikasi*. Alfabeta: Bandung
- Kotler, Philip.2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*.PT Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong.2008.*Prinsip-Prinsip Pemasaran.Edisi 12.Jilid 1*. Erlangga: Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong.2008.*Prinsip-Prinsip Pemasaran.Edisi 12.Jilid 2*. Erlangga: Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2009.*Manajemen Pemasaran.Edisi 13.Jilid 1*. Erlangga: Jakarta
- Mursid.2006. *Manajemen Pemasaran*. PT Bumi Aksara: Jakarta
- Prasetijo, Ristiyanti dan Jhon J.O.I Ihalauw.2005.*Perilaku Konsumen*.Edisi 1. ANDI: Yogyakarta

- Rochaety, E. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Mitra Wacana Media. Jakarta
- Santoso, Singgih. 2012. *Aplikasi SPSS pada Statistik Multivariat*. PT Elek Media Komputindo: Jakarta
- Sugiarto. 2002. *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Suharno, 2010. *Marketing in Practice*. Graha Ilmu: Yogyakarta
- Sunyoto, Danang. 2008. *Manajemen Pemasaran*. CAPS: Yogyakarta
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Edisi 1*. CAPS: Yogyakarta
- Sunyoto, Danang. 2013. *Manajemen Pemasaran (Pendekatan, Konsep, Kasus, dan Psikologi Bisnis)*. CAPS: Yogyakarta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis. Edisi 15*. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta: Bandung
- Supranto. 2010. *Analisis Multivariat Arti & Interpretasi. Edisi 1*. PT Rineka Cipta: Jakarta
- Suryadi, Didih. 2011. *Promosi Efektif*. PT Suka Buku: Jakarta Selatan
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen dan Strategi Merek*. ANDI: Yogyakarta
- Tjiptono, fandy dan Gregorius Chandra. 2013. *Pemasaran Strategik. Edisi 2*. ANDI: Yogyakarta

WEBSITE

www.id.wikipedia.org/wiki/manajemen (waktu: 21.00, tanggal 16/03/14)

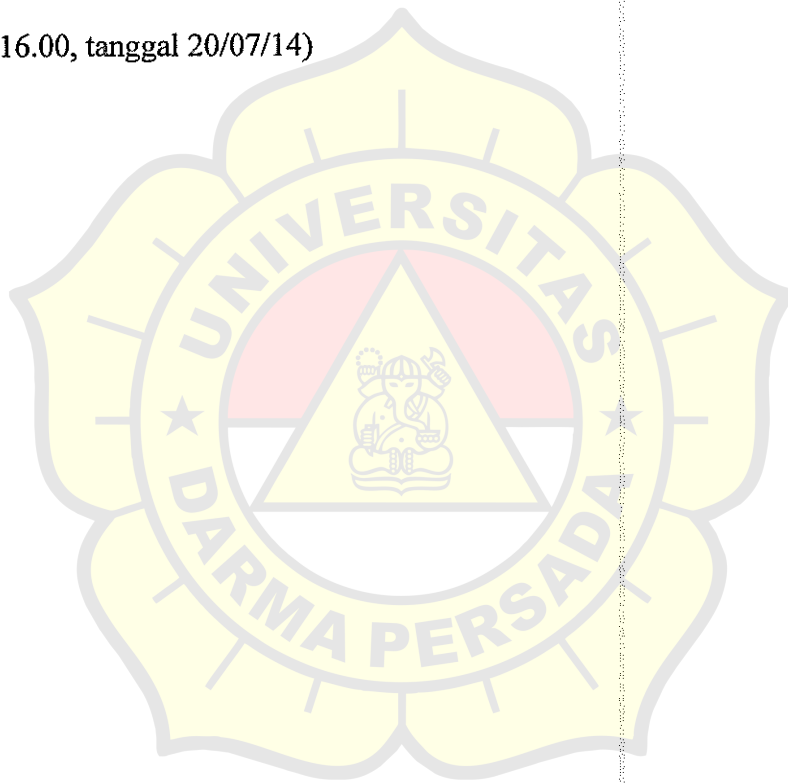
www.organisasi.org (waktu: 22.30, tanggal 16/03/14)

www.annisaftrihartono.wordpress.com/2013/10/05/pt-aqua-golden-mississippi-tbk

(waktu: 14.20, tanggal 20/07/14)

[www.dwi7retnoyulianti.blogspot.nl/2013/04/analisa-ptaqua-golden-mississippi-](http://www.dwi7retnoyulianti.blogspot.nl/2013/04/analisa-ptaqua-golden-mississippi-tbk.html?m=1)

[tbk.html?m=1](http://www.dwi7retnoyulianti.blogspot.nl/2013/04/analisa-ptaqua-golden-mississippi-tbk.html?m=1) (waktu: 16.00, tanggal 20/07/14)



Lampiran 1

No Responden:

(diisi oleh peneliti)

**SURVEY FAKTOR-FAKTOR YANG MENJADI KEPUTUSAN
PEMBELIAN AIR MINERAL VIT (STUDI KASUS: DI PERUMAHAN
PONDOK CIPTA RT: 006/ RW: 011 BINTARA BEKASI BARAT)**

A. Pembuka

Responden yang saya hormati perkenalkan nama saya Astrid Kartika Noviani T mahasiswi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Darma Persada. Saat ini sedang melakukan penelitian tentang Faktor-faktor yang Menjadi Keputusan Pembelian Air Mineral VIT (Studi Kasus: di Perumahan Pondok Cipta Rt: 006/ Rw: 011 Bintara Bekasi Barat.

Saya berharap warga perumahan pondok cipta rt: 006/ rw: 011 bintanga bekasi barat untuk mengisi kuesioner dalam rangka menghimpun data yang saya perlukan. Identitas para warga pondok cipta bintanga bekasi barat adalah rahasia dan tidak ada pengaruhnya terhadap status para warga perumahan pondok cipta rt: 006/ rw: 011 bintanga bekasi barat.

Demikian kuesioner ini saya sampaikan dan atas bantuan serta kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

B. Identitas

Untuk menjawab pertanyaan di bawah ini berilah tanda silang sesuai pilihan yang sudah disediakan.

Nama Responden:

1. Jenis kelamin:
 - a. Perempuan
 - b. Laki-laki

2. Usia:
 - a. < 17 tahun
 - b. > 17-25 tahun
 - c. > 25-30 tahun
 - d. > 30-40 tahun
 - e. > 40 tahun
3. Pekerjaan:
 - a. Pelajar
 - b. Mahasiswi / Mahasiswa
 - c. Bapak / Ibu Rumah Tangga
 - d. Pegawai Swasta
 - e. PNS
4. Status tingkat pendidikan:
 - a. SMU
 - b. SMK
 - c. SMA
 - d. Diploma
 - e. Sarjana
5. Pengeluaran/uang perbulan:
 - a. < Rp 2.400.000
 - b. > Rp 2.400.000 – Rp 5.000.000
 - c. > Rp 5.000.000 – Rp 7.500.000
 - d. > Rp 7.500.000 – Rp 10.000.000
 - e. > Rp 10.000.000

C. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah secara teliti seluruh item soal dan pertanyaan.
2. Cara mengisi kuesioner ini dengan membubuhkan tanda silang (X) pada pilihan jawaban yang dianggap paling benar.
3. Bila telah selesai harap dikumpulkan kembali.
4. Selamat mengerjakan dan terima kasih.

D. Keterangan Pilihan Jawaban:

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- R = Ragu-ragu
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju

E. Kuesioner

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENJADI KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR
MINERAL VIT (STUDI KASUS: DI PERUMAHAN PONDOK CIPTA RT:
006/ RW: 011 BINTARA BEKASI BARAT)**

No	Variabel	1	2	3	4	5
		STS	TS	R	S	SS
1	VIT desain produknya menarik.					
2	VIT kualitas rasa yang segar dapat melepas rasa haus dahaga.					
3	VIT harganya yang ditawarkan terjangkau.					
4	VIT produk yang banyak dijual dipasarkan sehingga mudah ditemukan.					
5	VIT merek yang terkenal.					
6	VIT merek terpercaya.					
7	VIT kemasan produk ada berbagai macam.					
8	VIT Promosinya (iklan) menarik.					
9	VIT memiliki pelayanan konsumen yang memadai.					
10	VIT memiliki rasa yang bervariasi.					
11	VIT sesuai dengan kebutuhan konsumen.					
12	VIT kemasannya praktis.					
13	VIT produk halal.					
14	VIT minuman semua kalangan usia.					

Terima Kasih sudah mengisi kuesioner ini

Lampiran 2 Tabulasi Data

No. Resp	Jenis kelamin	Usia	Pekerjaan	Status Tingkat Pendidikan	Pengeluaran	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	V14	Total	Rata-Rata	
1	1	2	2	1	1	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	62	4,43
2	1	4	3	2	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	64	4,57
3	2	2	2	1	1	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	63	4,50
4	1	2	2	3	1	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	64	4,57
5	1	2	2	1	1	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	61	4,36
6	1	2	2	3	1	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	59	4,21
7	2	2	2	3	1	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	61	4,36
8	2	2	2	1	1	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	61	4,36
9	1	2	2	2	1	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	65	4,64
10	2	2	2	2	1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	59	4,21
11	1	2	2	2	1	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	61	4,36
12	1	3	4	1	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	60	4,29
13	1	4	3	1	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	62	4,43
14	1	2	2	2	1	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	60	4,29
15	1	2	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	67	4,79
16	1	3	3	1	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	64	4,57
17	2	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	64	4,57
18	1	1	1	2	1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	67	4,79
19	1	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	59	4,21
20	1	2	2	2	2	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	64	4,57
21	1	4	3	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	64	4,57
22	2	3	2	3	2	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	64	4,57

Lampiran 3 Analisis Faktor

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,738
Approx. Chi-Square	526,520
Bartlett's Test of Sphericity	91
Sig.	,000

Anti-image Matrices

	Desain	Kualitas	Harga terjangkau	Produk mudah ditemukan	Merek terkenal	Merek terpercaya	Produk berbagai macam	Promosi	Memiliki pelayanan konsumen	Rasa bervariasi	Kebutuhan konsumen	Kemasan praktis	Produk halal	Minuman semua kalangan usia
Desain	,211	-,155	-,067	-,071	,003	-,011	,005	-,078	,014	-,053	,059	-,022	,024	,047
Kualitas	-,155	,207	,034	-,020	,002	-,056	-,037	-,001	,039	,052	-,037	,043	-,037	-,071
Harga terjangkau	-,067	,034	,911	,002	,007	-,065	,019	,042	,036	-,030	-,040	-,042	,030	-,073
Produk mudah	-,071	-,020	,002	,499	-,163	,055	,024	,045	-,056	-,050	-,082	-,041	-,095	,009

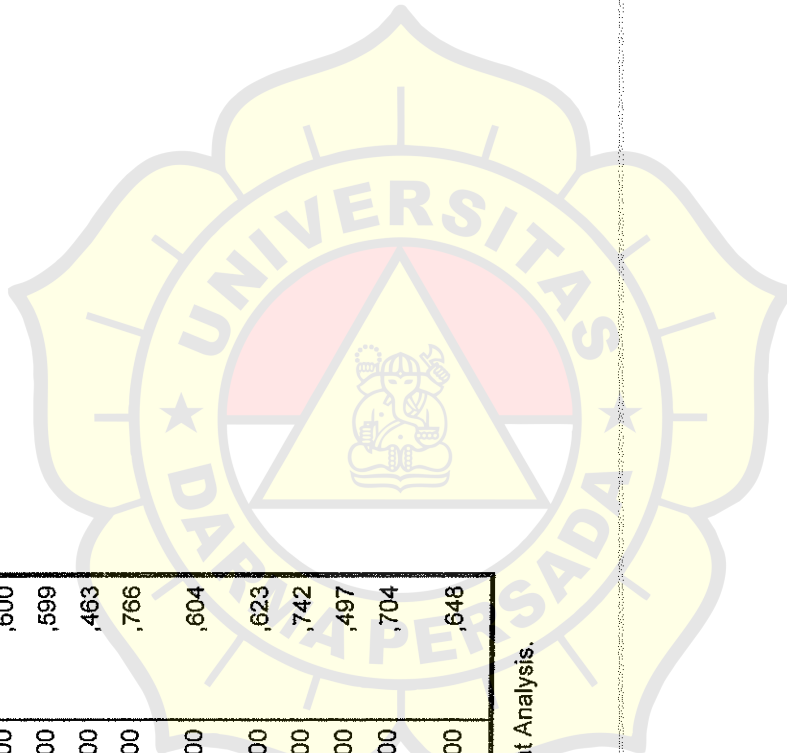
Produk mudah ditemukan	-218	-061	,004	,857 ^a	-334	,113	,044	,096	-103	-089	-153	-065	-182	,018
Merek terkenal	,009	,007	,011	-334	,748 ^a	-461	,112	,038	-037	,102	-315	-068	,020	-106
Merek terpercaya	-036	-180	-100	,113	-461	,704 ^a	-280	,157	-240	-183	,294	,079	,085	-068
Produk berbagai macam	,012	-102	,025	,044	,112	-280	,812 ^a	-274	,043	,032	-166	-243	,012	-026
Promosi	-253	-003	,066	,096	,038	,157	-274	,736 ^a	-517	-123	,018	,085	-179	-039
Memiliki pelayanan konsumen	,038	,111	,049	-103	-037	-240	,043	-517	,685 ^a	-023	-053	-049	,114	-028
Rasa bervariasi	-144	,143	-039	-089	,102	-183	,032	-123	-023	,633 ^a	-457	,022	-065	,190
Kebutuhan konsumen	,170	-108	-055	-153	-315	,294	-166	,018	-053	-457	,567 ^a	-050	,097	-060
Kemasan praktis	-052	,104	-048	-065	-068	,079	-243	,085	-049	,022	-050	,729 ^a	-200	-036
Produk halal	,071	-110	,043	-182	,020	,085	,012	-179	,114	-065	,097	-200	,741 ^a	-465
Minuman semua kalangan usia	,140	-213	-104	,018	-106	-068	-026	-039	-028	,190	-060	-036	-465	,764 ^a

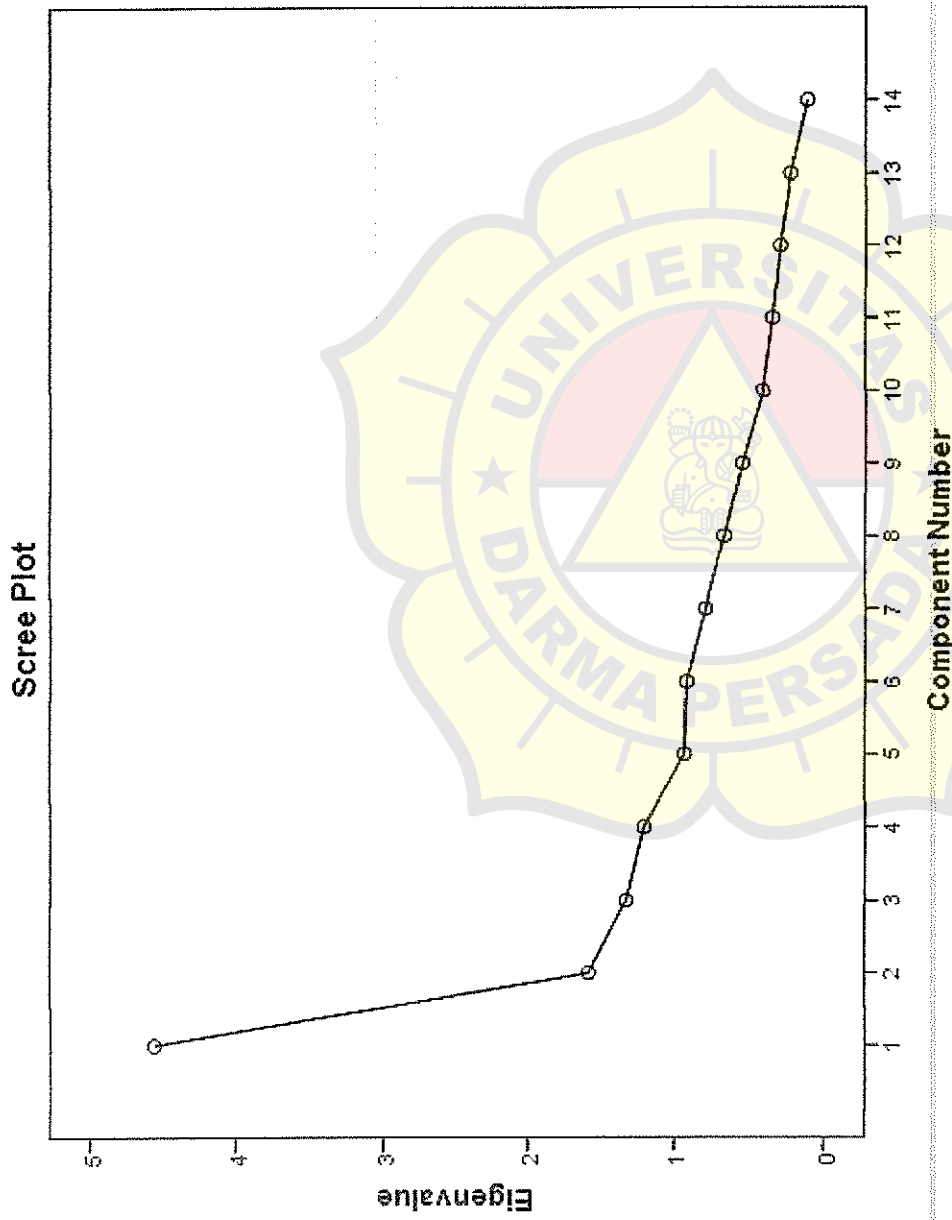
a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
Desain	1,000	,746
Kualitas	1,000	,782
Harga terjangkau	1,000	,317
Produk mudah ditemukan	1,000	,599
Merek terkenal	1,000	,600
Merek terpercaya	1,000	,599
Produk berbagai macam	1,000	,463
Promosi	1,000	,766
Memiliki pelayanan konsumen	1,000	,604
Rasa bervariasi	1,000	,623
Kebutuhan konsumen	1,000	,742
Kemasan praktis	1,000	,497
Produk halal	1,000	,704
Minuman semua kalangan usia	1,000	,648

Extraction Method: Principal Component Analysis.





Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
Desain	,782	-,153	-,244	-,228
Kualitas	,797	-,274	-,157	-,217
Harga terjangkau	,244	-,013	,182	-,473
Produk mudah ditemukan	,696	,119	,285	-,140
Merek terkenal	,637	,176	,267	-,304
Merek terpercaya	,632	-,013	-,246	-,373
Produk berbagai macam	,603	-,005	-,197	,245
Promosi	,631	,074	-,452	,398
Memiliki pelayanan konsumen	,470	,333	-,419	,311
Rasa bervariasi	,365	,697	,053	,030
Kebutuhan konsumen	,369	,634	,441	,097
Kemasan praktis	,328	-,067	,458	,418
Produk halal	,539	-,442	,319	,341
Minuman semua kalangan usia	,560	-,488	,276	,145

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
VAR00001	,717	,446	,181	-,029
VAR00002	,734	,380	,302	-,084
VAR00003	,504	-,224	-,008	,115
VAR00004	,533	,126	,345	,424
VAR00005	,606	,037	,202	,436
VAR00006	,703	,321	-,027	,035
VAR00007	,227	,570	,278	,094
VAR00008	,131	,844	,181	,059
VAR00009	,047	,737	-,045	,239
VAR00010	,110	,283	-,144	,714
VAR00011	,058	,043	,140	,847
VAR00012	-,098	,050	,639	,277
VAR00013	,161	,159	,807	-,044
VAR00014	,327	,099	,721	-,108

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

Component Transformation Matrix

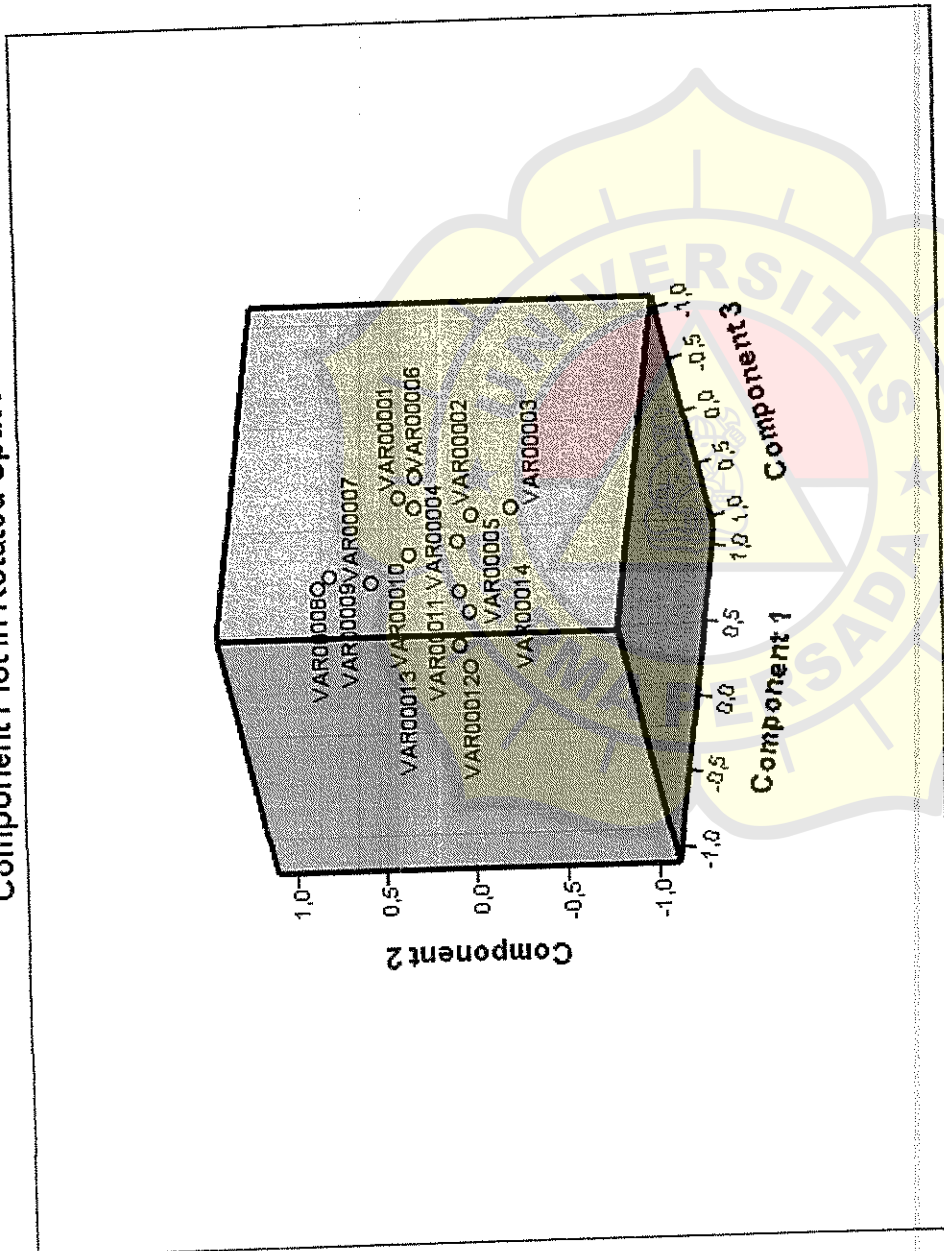
Component	1	2	3	4
1	,660	,529	,448	,289
2	-,153	,160	-,503	,835
3	-,039	-,682	,564	,464
4	-,734	,479	,478	,061

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.



Component Plot in Rotated Space



Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
VAR00001	,769	,368	,123	-,065
VAR00002	,786	,300	,243	-,122
VAR00003	,480	-,274	-,041	,101
VAR00004	,583	,075	,311	,396
VAR00005	,636	-,022	,163	,410
VAR00006	,729	,246	-,082	,005
VAR00007	,308	,544	,258	,071
VAR00008	,233	,827	,164	,037
VAR00009	,129	,730	-,050	,226
VAR00010	,155	,279	-,141	,708
VAR00011	,105	,047	,150	,840
VAR00012	-,034	,064	,649	,267
VAR00013	,234	,141	,790	-,068
VAR00014	,384	,063	,692	-,136

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Quartimax with Kaiser Normalization.

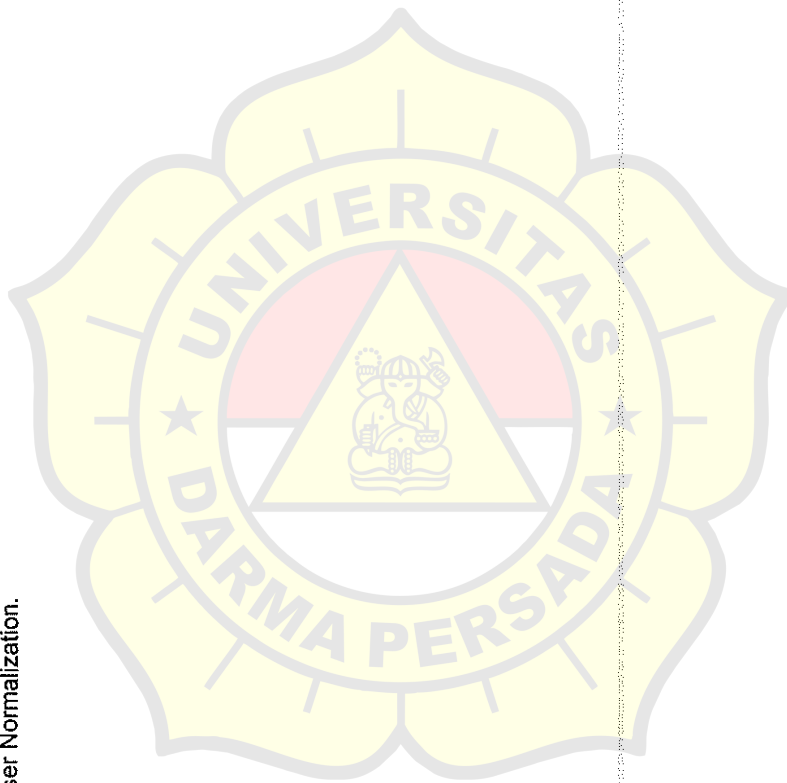
a. Rotation converged in 6 iterations.

Component Transformation Matrix

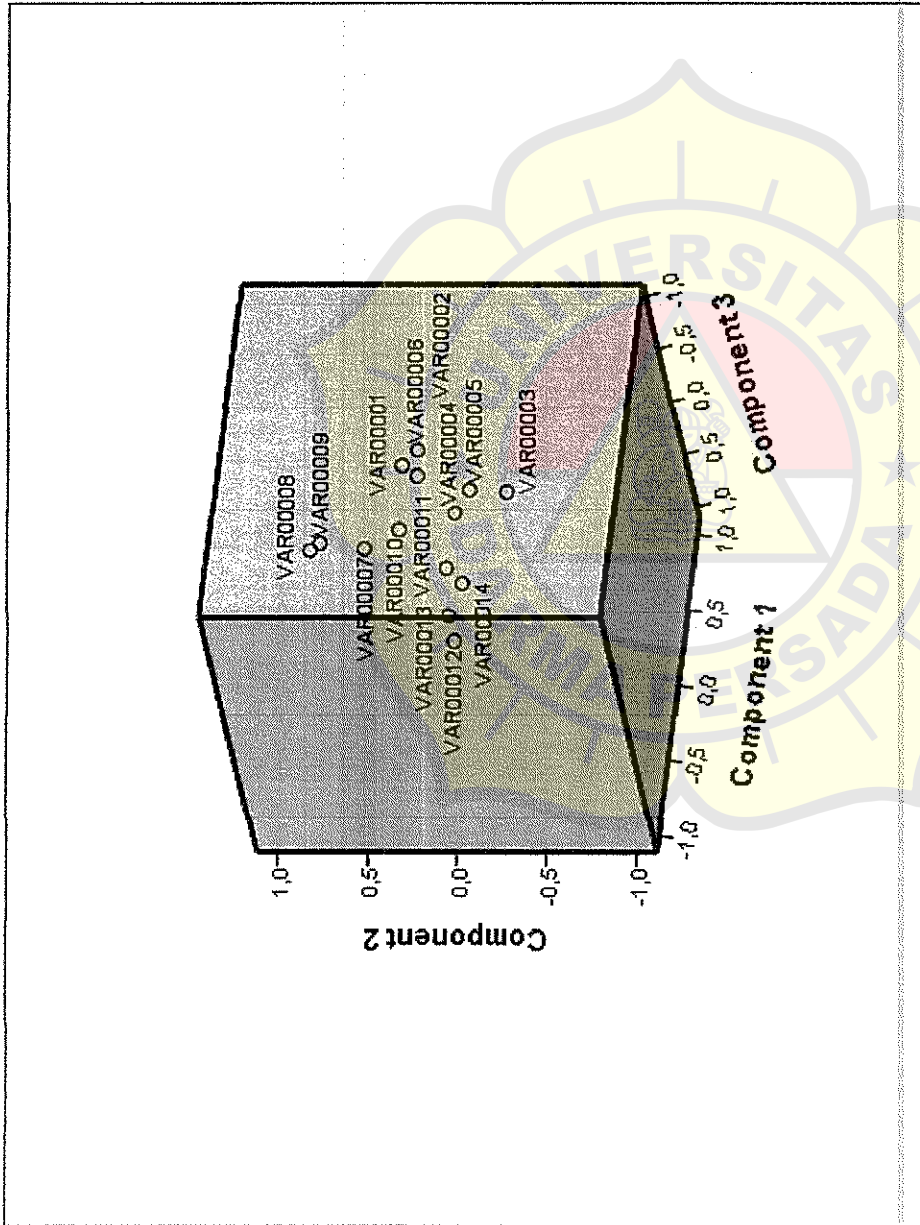
Component	1	2	3	4
1	,754	,460	,398	,248
2	-,140	,186	-,478	,847
3	-,050	-,668	,579	,465
4	-,640	,554	,528	,070

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Quartimax with Kaiser Normalization.



Component Plot in Rotated Space



Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
VAR00001	,698	,466	,207	,004
VAR00002	,714	,401	,330	-,050
VAR00003	,506	-,210	,007	,130
VAR00004	,503	,134	,357	,448
VAR00005	,583	,047	,216	,460
VAR00006	,692	,341	-,003	,063
VAR00007	,197	,573	,287	,112
VAR00008	,098	,846	,188	,076
VAR00009	,019	,735	-,043	,249
VAR00010	,082	,278	-,148	,719
VAR00011	,024	,032	,131	,850
VAR00012	-,130	,040	,632	,282
VAR00013	,131	,160	,813	-,026
VAR00014	,303	,106	,733	-,087

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Equamax with Kaiser Normalization.

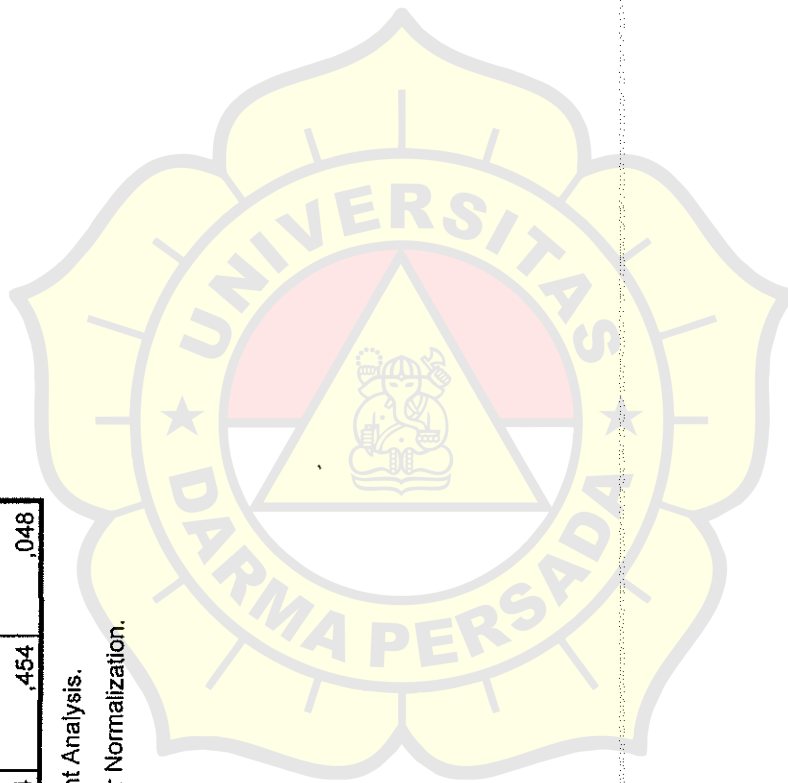
a. Rotation converged in 7 iterations.

Component Transformation Matrix

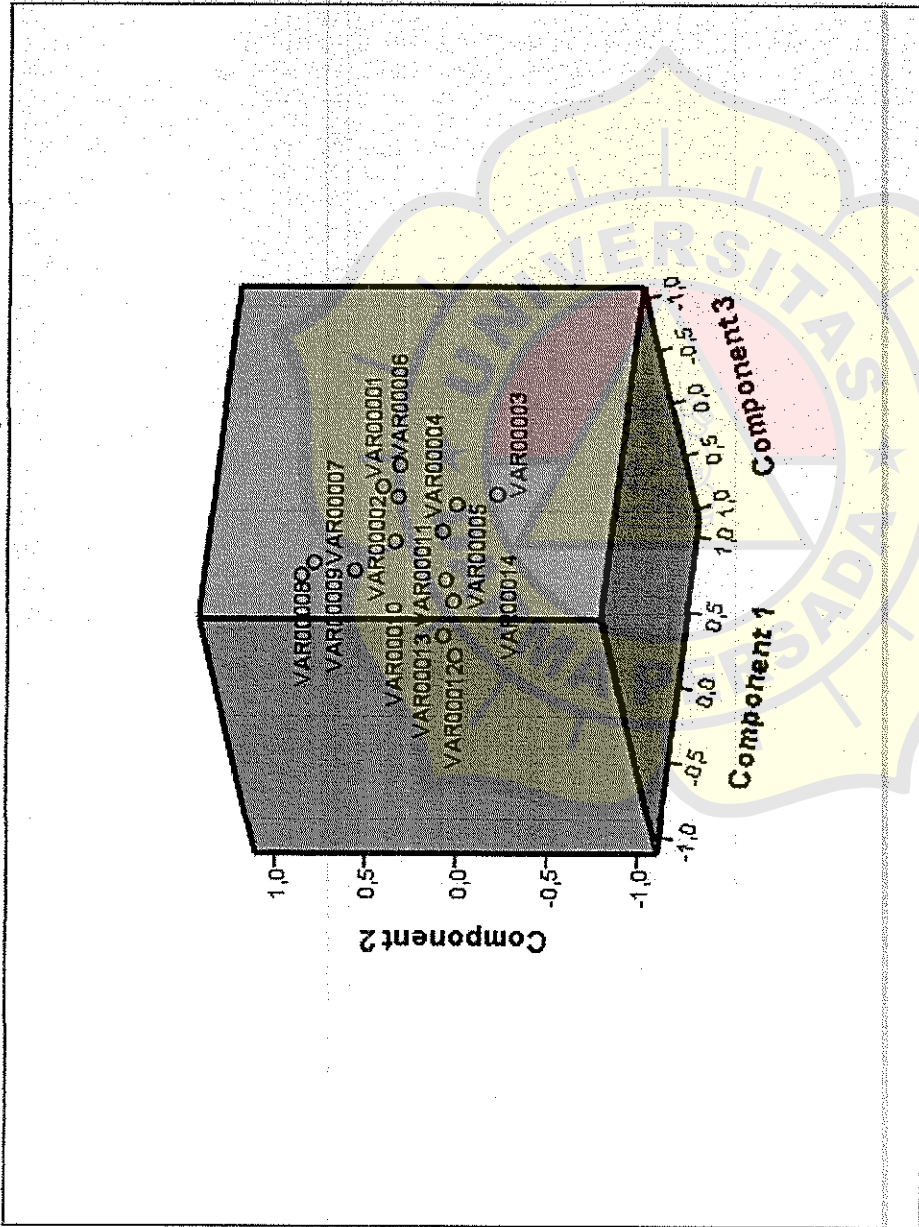
Component	1	2	3	4
1	,619	,541	,468	,324
2	-,169	,148	-,519	,825
3	-,053	-,692	,553	,461
4	-,765	,454	,454	,048

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Equamax with Kaiser Normalization.



Component Plot in Rotated Space



Lampiran 4**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

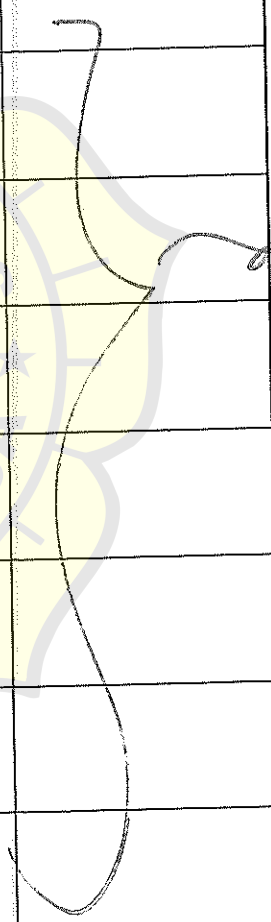
Nama Lengkap : Astrid Kartika Noviani
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta/25 November 1986
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Kristen
Alamat : Pondok Cipta blok A, gang 8, no 177, Rt: 002 Rw:
011 Bintara Bekasi Barat 17134

PENDIDIKAN:

Tahun 1993-1999 : SDN 04 Pagi
Tahun 1999-2001 : SMPN 199
Tahun 2001-2004 : SMA Bogor
Tahun 2010-2014 : Universitas Dharma Persada, Jakarta Timur
Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen

**LEMBAR KONSULTASI
BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA**

Nama Mahasiswa : Astrid Kartika Noviani
 No. Induk Mhs : 2010410009
 Dosen Pembimbing : Firsan Nova, SE.MM
 Mulai Bimbingan : 12 April 2014
 Terakhir Bimbingan : 13 Agustus 2014


No.	Hari/Tanggal Bimbingan	Bab.Materi Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1	22 April 2014	Revisi Bab I, II, III	
2	26 April 2014	Acc. Sidang Proposal	
3	15 Juli 2014	Revisi Kuisisioner	
4	13 Agustus 2014	Acc. Sidang Skripsi	
5	18 Agustus 2014	Sidang Propos Skripsi	

Jakarta, 21 Agustus 2014

Mengetahui Kajar,

Pembimbing,


(.....)


(.....)