

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian dan pembahasan diatas penulis memberikan kesimpulan :

1. Perilaku konsumen di RW 09 komplek PWI sangat antusias terutama bagi mereka yang berusia 18 – 45 tahun dengan produk rokok Sampoerna Mild. Produk tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen di RW 09 komplek PWI. Atas dasar itulah penulis mengetahui bahwa konsumen tertarik dengan produk rokok Sampoerna Mild karena adanya dasar pertimbangan yang di lakukan oleh konsumen didalam memilih produk rokok Sampoerna Mild.
2. Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih produk rokok Sampoerna Mild karena rasanya, komposisi yang terkandung didalam rokok Sampoerna Mild sesuai dengan keinginan konsumen serta harga yang di tetapkan terjangkau oleh konsumen, dan juga promosi dan distribusi yang di lakukan oleh produk rokok Sampoerna Mild sangat luas sehingga konsumen tidak mendapatkan kesulitan untuk membeli dan mengkonsumsi produk rokok Sampoerna Mild.

B. Saran - Saran

1. Agar dapat menambah wawasan dalam bidang pemasaran khususnya bagi mahasiswa yang ingin mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam menentukan pilihan produk yang mereka inginkan.
2. Agar para produsen hendaknya tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas dari produk rokok Sampoerna Mild ini agar tetap menjadi pilihan konsumen, sehingga mampu bersaing dengan berbagai macam produsen rokok yang ada sekarang ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Husein Umar, 2000, Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta Business Research Center, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 1999. Metodologi Penelitian Bisnis. Edisi kedua. Yogyakarta : BPFE
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2001, Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi Kedelapan. Jakarta : Erlangga.
- 1987. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi ketiga. Jakarta : intermedia
- Kotler, Philip. 1993. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. (Diterjemahkan Oleh Adi Zakaria Afif) Lembaga Penerbit Fakultas Indonesia.
- Keegan, Warren. 1997. Manajemen Pemasaran Global (Diterjemahkan oleh Alexander Sindoro) Prenhallindo, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 1997. Riset Pemasaran. Edisi Pertama Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Swastha, Basu. 1990, Manajemen Pemasaran Modern. Edisi kedua. Yogyakarta : Liberty.
- 1993. Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern) Yogyakarta : Liberty.
- Swastha, Basu, dan Handoko Hani T., 2000. Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Cetakan ketiga, Yogyakarta : BPFE.
- Winardi. 1993. Asas-Asas Marketing. Edisi kedua. Bandung : CV. Mandar Maju.
- Wijaya Faried, Irawan dan Sudlono. 1998. Pemasaran Prinsip dan Kasus. Yogyakarta : BPFE.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Sukarman
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Agama : Islam
Tempat / Tanggal Lahir : Riau / 13 – Agustus - 1978
Alamat : Jl. Cipinang Cimpedak 1 No.19
Pendidikan : SDN Lulus Tahun 1993
SLTP Pandawa Lulus Tahun 1997
SMU 17 Agustus Lulus Tahun 2000
Universitas Darma Persada Sampai Sekarang

Demikianlah keterangan diatas saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, Juli 2005

(Sukarman)