

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

. Kesimpulan

Dari hasil analisis mengenai perilaku konsumen dalam memilih produk shampoo Clear di Kelurahan Jaka Setia, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik responden di Kelurahan Jaka Setia menunjukkan bahwa usia responden terbanyak antara 18–25 tahun, dengan jenis kelamin terbanyak adalah wanita, dan pekerjaan responden terbanyak adalah Pelajar / Mahasiswa.
2. Analisis perilaku konsumen di Kelurahan Jaka Setia menunjukkan bahwa tempat pembelian shampoo Clear adalah di mini market, lamanya menggunakan shampoo Clear selama lebih dari satu tahun, frekuensi pembelian shampoo Clear dalam satu bulan sebanyak satu botol, yang mempengaruhi memilih shampoo Clear adalah konsumen sendiri, alasan konsumen memutuskan membeli shampoo Clear karena tertarik pada banyaknya manfaat produk.

3. Nilai sikap perilaku konsumen, hasil analisis dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah rata-rata nilai sikap perilaku konsumen yaitu 1,28, penilaian kelayakan ideal minimum dan maksimum yaitu -2,53 dan 2,53 sehingga sikap perilaku konsumen terhadap produk shampoo Clear termasuk kategori baik atau konsumen menerima dengan baik produk shampoo Clear.

Saran-saran

Adapun saran-saran yang kiranya dapat berguna bagi perusahaan antara lain adalah :

1. PT. Unilever harus lebih meningkatkan atribut manfaat produk shampoo Clear dalam mengatasi masalah rambut dan perawatan rambut.
2. Hendaknya PT. Unilever dalam produk shampoo Clear terus berinovasi dalam mengembangkan kemasan produk agar konsumen lebih tertarik untuk membelinya, misalnya menciptakan kemasan botol yang lebih unik dan simpel agar lebih mudah untuk dibawa pergi.
3. Strategi publikasi terhadap atribut kemasan dan merek hendaknya dilakukan secara terus menerus baik melalui televisi, radio dan surat kabar, sehingga merek shampoo Clear lebih banyak dikenal oleh masyarakat. Hal ini perlu dilakukan agar masyarakat selalu teringat akan keberadaan perusahaan (*Brand Awareness*).

DAFTAR PUSTAKA

- ssauri, Sofyan, (1987). **Manajemen Pemasaran**, CV. Rajawali Sakti, Jakarta.
- sri, Marwan, (1996). **Marketing**, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- asu, Swatsha dan Irawan, (2001). **Manajemen Pemasaran Modern**, Cetakan kesembilan, Yogyakarta, Penerbit Liberty.
- ngel, James F, Roger D. Blackwell & Paul W. Miniard, (1995). **Consumer Behavior**, 8th Edition, Orlando The Dryden Press.
- otler, Philip, Gray Armstrong, (1997). **Dasar-dasar pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia** dari Principle of Marketing 7e, Prenhallindo, Jakarta.
- otler, Philip, (1999). **Principle of Marketing**, 8th Edition, New Jersey.
- _____, (2005). **Manajemen Pemasaran**, Edisi kesebelas, Jilid 1.
- ustituantio, Bambang, Rudi Badrudin, (1994). **Statistika 1 (Deskriptif)**, Penerbit Guna Darma.
- oundon, David .,Albert J. Bitta,(1993). **Consumer Behavior**, 4th Edition
- adiosunu, (1996). **Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis**, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, BPFE, Yogyakarta.
- itisna, (2002). **Perilaku Konsumen dan Komunikasai Pemasaran**, Penerbit PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.

anton, William J, (1993). **Prinsip Pemasaran**, Edisi Ketujuh, Jilid 1, Erlangga.

_____, (1994). **Fundamental of Marketing**, International Book Company,
Singapura.

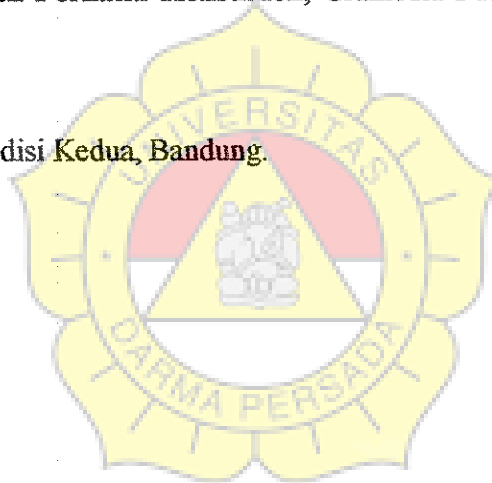
olomon, Michael R. (1999). **Consumer Behavior**, by Prentice-Hall Inc.

jiptono, Fandy, (1997). **Strategi Pemasaran**, Edisi Kedua, Penerbit Andi, Yogyakarta.

mar, Husein, (2000). **Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen**, Gramedia Pustaka
Utama JBRC, Jakarta.

inardi, (1993). **Manajemen Pemasaran**, Edisi Kedua, Bandung.

lajalah "Marketing" Edisi khusus/1/2007



LAMPIRAN



KUESIONER

Responden Yth,

Nama saya Ratna Dewy mahasiswi Darma Persada, sedang melakukan kuesioner penelitian tentang perilaku konsumen produk shampoo merek Clear. Tujuannya untuk mengetahui secara jelas alasan responden memilih produk shampoo Clear. Saya mohon kesediaan anda untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini secara benar dan lengkap. Atas kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Nama Responden	:	
Umur	:	
Jenis Kelamin	:	
Pekerjaan	:	

. Berikan tanda silang (X) pada jawaban anda :

- . Apakah anda pengguna shampoo Clear?
 - a. Ya, lanjutkan ke pertanyaan berikutnya
 - b. Tidak, apa merek shampoo yang digunakan saat ini (.....) pertanyaan selanjutnya tidak usah dilanjutkan lagi
 - . Dimana anda biasa membeli produk shampoo Clear ?
 - a. Warung
 - b. Mini market
 - c. Pasar swalayan
 - d. Agen
 - . Sudah berapa lama anda menggunakan shampoo Clear?
 - a. 1 minggu
 - b. 1 bulan
 - c. 1 tahun
 - d. > 1 tahun
 - . Berapa banyak frekuensi pembelian shampoo anda dalam satu bulan ?
 - a. 2 sacet
 - b. 3-4 sacet
 - c. 1 botol
 - d. >2 botol
 - . Siapa yang mempengaruhi menggunakan shampoo Clear ?
 - a. Saya sendiri
 - b. Teman
 - c. adik/kakak
 - d. ikut-ikutan
- Pilihlah pertanyaan yang paling sesuai menurut anda ketika memutuskan untuk menggunakan shampoo Clear
- a. Shampoo Clear adalah shampoo merek terkenal
 - b. Tertarik pada banyaknya manfaat produk yang ditawarkan shampoo Clear
 - c. Rekomendasi dari orang yang terpercaya
 - d. Tidak puas dengan merek shampoo terdahulu (sebutkan mereknya.....)

I. Berikan tanda silang (X) pada jawaban anda :

. Fishbein (Kepentingan)

Unsur	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Tidak Baik	Sangat tidak Baik
Merek					
Kemasan					
Harga					
Wangi					
Manfaat produk					

. Persepsi (Tanggapan)

. Merek
 Sangat terkenal Terkenal Biasa saja Tidak Terkenal Sangat Tidak Terkenal

. Kemasan
 Sangat Menarik Menarik Biasa Saja Tidak Menarik Sangat Tidak Menarik

. Harga
 Sangat Murah Murah Biasa Saja Mahal Sangat Mahal

. Wangi
 Sangat Wangi Wangi Biasa Saja Tidak Wangi Sangat Tidak Wangi

. Manfaat Produk
 Sangat Baik Baik Biasa Saja Tidak Baik Sangat Tidak baik



Lampiran 2

Buku Kode

No. Pertanyaan	Kategori Jawaban	Kode
1	ya tidak	1 2
2	warung mini market pasar swalayan agen	1 2 3 4
3	1 minggu 1 bulan 1 tahun >1 tahun	1 2 3 4
4	2 sacet 3-4 sacet 1 botol >2 botol	1 2 3 4
5	saya sendiri teman adik/kakak ikut-ikutan	1 2 3 4
6	shampoo Clear adalah shampoo merek terkenal tertarik pada banyaknya manfaat produk yang ditawarkan shampoo Clear rekomendasi dari orang terpercaya tidak puas dengan merek shampoo terdahulu	1 2 3 4
7s/d 11	sangat penting penting biasa saja tidak penting sangat tidak penting	2 1 0 -1 -2
12	sangat terkenal terkenal biasa saja tidak terkenal sangat tidak terkenal	2 1 0 -1 -2
13	sangat menarik menarik biasa saja tidak menarik sangat tidak menarik	2 1 0 -1 -2
14	sangat murah murah biasa saja mahal sangat mahal	2 1 0 -1 -2
15	sangat wangi wangi biasa saja tidak wangi sangat tidak wangi	2 1 0 -1 -2
16	sangat baik baik biasa saja tidak baik sangat tidak baik	2 1 0 -1 -2

Lampiran 3
Jawaban Responden

No.	Respoden	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	Rama	1	2	4	3	1	3
2	Elan	1	1	3	3	1	2
3	Eva	1	3	3	4	3	3
4	Dedy	1	3	2	3	1	2
5	Ricky	1	2	3	3	1	2
6	Andrie	1	3	4	3	1	3
7	Tita	1	3	3	3	3	1
8	Agus	1	3	3	3	1	2
9	Dian	1	1	3	3	1	3
10	Eros	1	1	4	3	1	3
11	Melati	1	3	2	3	1	2
12	Nurmulisa	1	3	2	3	1	2
13	Putut	1	1	2	3	1	2
14	Icha	1	3	2	3	1	2
15	Putri	1	3	4	3	1	2
16	Dahlia1	1	2	4	3	2	2
17	Endang	1	1	4	3	1	2
18	Mila	1	2	4	3	1	2
19	Mery	1	1	2	3	4	4
20	Ika	1	1	4	2	4	2
21	Agatha	1	3	2	3	1	1
22	Dahlia	1	3	4	4	1	2
23	Julian	1	3	3	3	1	2
24	Ria	1	3	2	3	1	2
25	Tita Retno	1	3	2	3	3	1
26	Dave	1	3	3	4	1	2
27	Lia	1	3	4	3	1	2
28	Marissa	1	3	3	3	1	3
29	Nimas	1	3	4	3	1	2
30	Ranto	1	1	4	2	1	2
31	Gugun	1	2	4	3	1	4
32	Mardial	1	2	2	3	1	2
33	Rini	1	3	4	3	1	2
34	Lucia	1	2	2	3	1	1
35	Ema	1	4	1	2	4	1
36	Wati	1	2	2	2	2	2
37	Tika	1	2	2	3	1	2
38	Rangga	1	1	1	2	4	2
39	Devi	1	2	2	2	2	3
40	Kartini	1	2	2	3	1	2
41	Pipit	1	2	3	3	1	2
42	C.Gabby	1	3	4	4	1	2
43	Tanti	1	2	3	3	3	2
44	Titta	1	2	3	3	3	2
45	Tika	1	1	1	2	4	3
46	Anto	1	1	2	2	2	3
47	Satir	1	2	3	2	3	3
48	Deni	1	3	3	3	1	2
49	April	1	2	4	3	1	4
50	Hilda	1	2	4	4	1	2
51	repina	1	2	2	3	1	2
52	Vega	1	3	2	3	1	4

No	Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6
53	Fauzi	1	2	4	3	1	3
54	ishal	1	1	3	3	1	2
55	Sastra	1	3	3	4	3	3
56	Bermi	1	3	2	3	1	2
57	Yudha	1	2	3	3	1	2
58	Sahrul	1	3	4	3	1	3
59	Danny	1	2	3	3	3	1
60	Fitri	1	2	3	3	1	2
61	Cintia	1	1	4	3	1	3
62	Rega	1	2	2	3	1	2
63	Sella	1	4	2	3	1	2
64	Ceci	1	1	2	3	1	2
65	Ade	1	3	4	3	1	2
66	Yudhi	1	2	4	3	2	2
67	Bayu	1	1	4	3	1	2
68	Pipit	1	2	4	3	1	2
69	Riana	1	2	4	3	1	4
70	Mira	1	1	1	2	4	3
71	Ida	1	2	2	3	2	2
72	Evi	1	2	3	4	1	2
73	Linda	1	2	3	3	1	2
74	Riefno	1	3	2	3	3	2
75	Yani	1	3	3	3	1	2
76	Ulli	1	2	2	3	1	2
77	Indra	1	3	4	3	1	2
78	Paskah	1	2	2	3	1	1
79	Dwi	1	2	1	2	4	1
80	Laode	1	1	3	3	3	2
81	Nano	1	1	3	3	3	2
82	Suparti	1	1	4	2	1	2
83	Hasan	1	3	4	3	1	2
84	Nizwarman	1	3	3	3	1	3
85	Michael	1	3	4	3	1	2
86	Januari	1	2	3	4	1	2
87	Nining	1	2	2	3	3	1
88	Maman	1	2	2	3	3	1
89	Rosmery	1	2	2	3	1	2
90	Piuji	1	3	3	3	1	2
91	Yayah	1	2	4	4	1	2
92	Irawan	1	2	2	3	1	1
93	Qowi	1	1	4	2	4	2
94	Yiyin	1	1	2	3	4	4
95	Felik	1	2	4	3	1	4
96	Afrizal	1	2	4	3	1	2
97	Janita D	1	4	4	3	1	2
98	Firdaus	1	2	4	3	2	4
99	Erin	1	2	4	3	1	2
00	Juwita S	1	1	2	3	1	2

eterangan : P : Pertanyaan

Lampiran Data Mentah

No.	Responden	Tingkat Kepentingan (ei)				Persepsi (bi)				Manfaat produk	Sikap (Ao)	
		Merek	Kemasan	Harga	Wangi	Merek	Kemasan	Harga	Wangi			
1	Rama	-1	0	1	1	2	0	1	1	2	2	7
2	Elan	0	1	2	2	2	-1	2	2	2	2	13
3	Eva	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	18
4	Dedy	2	0	2	1	2	1	2	1	2	2	11
5	Ricky	1	0	2	1	2	1	2	1	2	2	10
6	Andrie	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	17
7	Tita	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	14
8	Agus	1	1	1	1	2	0	1	1	2	2	7
9	Dian	2	1	0	2	2	1	0	1	2	1	6
10	Eros	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
11	Melati	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	11
12	Nurmulisa	2	2	2	2	2	0	0	0	2	1	2
13	Putut	1	1	1	1	2	1	0	1	2	2	7
14	Ichha	1	0	2	2	2	2	1	1	2	2	10
15	Putri	1	2	-1	2	2	2	1	-1	2	2	13
16	Dahlia	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	14
17	Endang	1	1	1	1	2	2	1	0	2	1	7
18	Mila	-1	1	2	2	1	-1	1	0	2	2	8
19	Mery	1	0	2	0	2	1	0	0	2	2	5
20	Ika	1	1	2	0	2	1	0	1	1	1	5
21	Agatha	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	17
22	Dahlia	1	2	2	2	2	1	0	2	2	2	13
23	Julian	2	0	2	2	2	1	0	1	2	2	7
24	Ria	2	2	2	0	2	2	0	0	2	1	10
25	Tita Retno	1	1	2	0	1	2	1	0	1	1	3
26	Dave	0	2	-1	1	2	0	1	-1	2	2	8
27	Lia	0	1	2	2	1	0	1	0	1	1	6
28	Marissa	-1	1	2	2	2	-1	1	0	2	1	10
29	Nimas	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	6
30	Ranto	-1	2	2	2	2	2	1	0	2	2	8
31	Gugun	2	1	2	2	2	2	1	0	2	2	13
32	Mardial	1	1	0	2	1	1	1	0	2	1	7

Lampiran Data Mentah

No.	Responden	Tingkat Kepentingan (ei)					Persepsi (bi)					Sikap (Ao)
		Merek	Kemasan	Harga	Wangi	Manfaat produk	Merek	Kemasan	Harga	Wangi	Manfaat produk	
33	Rini	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
34	Lucia	1	1	2	1	2	0	1	0	1	2	6
35	Erna	0	0	2	1	0	0	1	2	0	1	4
36	Wati	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	3
37	Tika	1	1	1	1	1	1	1	0	1	2	5
38	Rangga	0	0	1	1	2	0	0	1	1	2	6
39	Devi	1	1	2	1	2	1	0	0	1	1	4
40	Kartini	-1	0	1	1	2	0	0	1	1	1	4
41	Pipit	0	1	2	2	2	-1	1	0	2	2	9
42	C.Gabby	2	2	2	2	2	2	1	0	2	2	14
43	Tanti	1	0	2	1	2	1	0	2	1	2	10
44	Titta	1	0	2	1	2	1	0	2	1	2	10
45	Tika	2	1	2	1	2	2	1	0	1	2	10
46	Anto	1	1	2	2	1	2	0	0	2	2	8
47	Satir	2	2	2	2	2	0	0	0	1	1	4
48	Deni	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	4
49	April	1	0	2	2	2	2	1	0	2	2	10
50	Hilda	1	2	-1	2	2	2	1	-1	1	1	9
51	repina	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	7
52	Vega	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	11
53	Fauzi	2	0	2	2	2	1	0	1	1	1	8
54	Ishal	2	2	2	0	1	2	2	1	0	2	12
55	Sastra	1	1	1	1	2	1	1	1	0	2	7
56	Bermi	-1	1	2	1	-1	1	-1	1	0	1	1
57	Yudha	1	0	2	1	2	1	1	2	0	2	9
58	Sahrul	1	1	2	0	2	1	0	1	0	2	7
59	Danny	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5
60	Fitri	2	2	2	1	2	2	0	1	0	1	8
61	Cintia	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	10
62	Rega	1	1	1	1	2	0	1	1	1	1	5
63	Sella	2	1	0	1	2	1	0	0	1	1	5
64	Ceci	1	1	2	0	1	2	1	1	0	1	6

Lampiran Data Mentah

No.	Responden	Tingkat Kepentingan (ei)				Persepsi (bi)				Sikap (Ao)		
		Merek	Kemasan	Harga	Wangi	Manfaat produk	Merek	Kemasan	Harga		Wangi	Manfaat produk
65	Ade	0	2	-1	1	2	0	1	-1	1	2	8
66	Yudhi	0	1	2	2	1	0	1	1	1	1	6
67	Bayu	-1	1	2	1	2	-1	1	1	2	2	10
68	Pipit	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	6
69	Riana	-1	2	2	2	2	1	1	0	1	2	7
70	Mira	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	15
71	Ida	1	1	0	2	1	1	1	0	0	1	3
72	Evi	0	0	2	1	2	0	1	0	0	2	4
73	Linda	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	2
74	Riefno	1	1	1	1	1	1	1	0	1	2	5
75	Yani	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	8
76	Ulli	1	1	2	0	2	0	1	0	1	2	5
77	Indra	0	0	1	1	2	1	0	0	1	2	5
78	Paskah	1	1	2	1	2	1	0	0	1	2	6
79	Dwi	2	2	2	0	2	1	1	0	1	2	8
80	Laode	1	1	1	1	2	1	1	1	0	2	7
81	Nano	2	2	2	0	2	0	0	0	0	1	2
82	Suparti	1	2	-1	1	2	2	1	-1	0	2	9
83	Hasan	2	1	2	0	2	1	1	0	0	2	7
84	Nizwarman	2	0	2	1	2	1	0	1	1	2	9
85	Michael	1	1	1	1	2	2	1	0	0	1	5
86	Januari	1	1	1	1	2	1	1	0	1	2	7
87	Nining	-1	0	1	1	2	0	0	1	0	2	5
88	Maman	1	0	2	1	2	1	0	2	1	2	10
89	Rosmery	1	0	2	1	2	1	0	1	0	1	5
90	Piujji	-1	0	2	0	2	-1	1	1	0	2	5
91	Yayah	1	0	2	0	2	1	0	0	0	2	5
92	Irawan	2	2	2	1	2	1	0	1	0	1	6
93	Qowi	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	10
94	Yiyin	1	1	1	1	2	0	1	1	1	2	7
95	Felik	2	1	0	0	2	1	0	0	1	1	4
96	Afrizal	1	1	2	0	1	2	1	1	0	1	6

No.	Responden	Tingkat Kepentingan (ei)			Persepsi (bi)			Sikap (Ao)				
		Merek	Kemasan	Harga	Wangi	Manfaat produk	Merek		Kemasan	Harga	Wangi	Manfaat produk
97	Janita D	0	2	-1	1	2	0	0	-1	0	1	3
98	Firdaus	0	1	2	2	1	1	1	1	2	1	8
99	Erin	-1	0	1	1	2	0	0	1	0	2	5
100	Juwita S	0	1	2	2	2	-1	1	1	2	2	11
	Jumlah	91	100	150	118	174	91	75	59	98	162	786
	Rata-rata	0,91	1	1,5	1,18	1,74	0,91	0,75	0,59	0,98	1,62	7,86

