

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat kepentingan atribut produk minuman energi noncair
 - a. Atribut produk minuman energi noncair dilihat dari tingkat kepentingan atribut menurut konsumen dengan kategori **sangat penting** adalah atribut jenis kemasan, rasa di lidah, kejelasan komposisi bahan, kemampuan membangkitkan stamina tubuh, kesegaran dan kejelasan informasi efek samping.
 - b. Atribut produk minuman energi noncair dilihat dari tingkat kepentingan atribut menurut konsumen dengan kategori **penting** adalah atribut aroma dan warna minuman.
2. Persepsi kualitas atribut produk minuman energi noncair
 - a. Pada minuman energi noncair merek Extra Joss, rata-rata seluruh atribut kualitas produk mendapat persepsi kategori **baik** menurut konsumen dengan angka rata-rata rerata 4,16, dengan atribut kejelasan komposisi bahan sebagai atribut dengan nilai paling baik, dan atribut warna minuman sebagai atribut dengan nilai persepsi terendah.
 - b. Pada minuman energi noncair merek Kuku Bima Ener-G, rata-rata seluruh atribut kualitas produk mendapat persepsi kategori **baik** menurut konsumen, dengan angka rata-rata rerata 4,06, dengan atribut kejelasan

informasi bahan sebagai atribut dengan nilai persepsi terbaik dan atribut warna minuman sebagai atribut dengan nilai paling rendah

- c. Pada minuman energi noncair merek Hemaviton Jreng, rata-rata seluruh atribut mendapat persepsi kategori **baik**, dengan angka rata-rata rerata 3,88. Kejelasan informasi bahan menjadi atribut dengan nilai persepsi paling tinggi dan atribut kemampuan membangkitkan stamina tubuh menjadi atribut dengan nilai persepsi paling rendah.

3. Tingkat preferensi merek produk minuman energi noncair

Tingkat preferensi merek produk minuman energi noncair, yang pertama adalah minuman energi noncair Extra Joss, yang kedua adalah minuman energi noncair merek Kuku Bima Ener-G, dan yang terakhir adalah minuman energi noncair merek Hemaviton Jreng.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian, saran yang dapat dijadikan bahan rujukan adalah sebagai berikut:

1. Produsen minuman energi noncair seharusnya memperhatikan konsumen remaja sebagai konsumen terbesar, dengan membuat produk dengan spesifikasi atribut yang sesuai dengan konsumen usia remaja.
2. Produsen agar terus mempertahankan dan inovasi pada atribut-atribut yang dianggap paling penting bagi konsumen.
3. Produsen juga harus secepatnya melakukan evaluasi dan inovasi pada atribut-atribut yang dianggap tidak terlalu penting seperti atribut aroma

dan warna minuman, sehingga produk tersebut menjadi lebih menarik dan dianggap lebih penting bagi konsumen, yang selanjutnya dapat lebih mempengaruhi konsumen dalam melakukan konsumsi dan pembelian.

4. Untuk penelitian selanjutnya mengenai preferensi merek, dapat ditambahkan atribut-atribut lain dari produk yang diteliti dan dapat pula ditambahkan merek lain, sehingga penelitian lebih komprehensif dan akurat.