

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan beberapa uraian serta hasil penelitian yang peneliti sajikan pada bab-bab di atas, maka dapat peneliti ambil beberapa kesimpulan sesuai dengan permasalahan dalam skripsi ini sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mendasari ibu-ibu rumah tangga di desa Rahtawu dalam memilih suatu produk dipengaruhi oleh beberapa karakteristik iklan dan stimuli pemasaran yang dilakukan produsen susu formula SGM. Beberapa pendapat dari ibu-ibu rumah tangga di desa Rahtawu tersebut, membuktikan bahwa banyak dari mereka yang memilih susu formula SGM sebagai susu formula pendamping ASI dengan banyak faktor yang mendasari ibu-ibu rumah tangga dalam memilih produk susu formula SGM.

Faktor-faktor tersebut seperti ukuran kemasan, intensitas atau kandungan gizi, keunikan produk, perubahan produk yang selalu inovatif setiap tahunnya (tampakan produk), sikap percaya konsumen terhadap produk SGM (situasi lingkungan), pengalaman buruk terhadap produk susu formula merek sebelumnya, sehingga beralih pada susu formula SGM dengan pengharapan akan memberikan manfaat untuk tumbuh kembang sang anak, harganya yang terjangkau, memiliki banyak varian rasa dan termasuk merek susu formula yang mudah didapat di toko sekitar rumah sehingga bisa menghemat waktu meskipun ada beberapa varian tertentu yang jarang terdapat di toko-toko kecil.

2. Persepsi sebagai proses di mana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilah dan dipilih kemudian diatur dan akhirnya diinterpretasikan. Pemasar harus merespon persepsi konsumen terhadap realitas yang subyektif dan bukan pada realitas yang obyektif. Hal ini memerlukan pengetahuan tentang dinamika persepsi manusia juga pengertian tentang

aturan-aturan fisiologis dan psikologis yang menentukan seleksi, organisasi dan interpretasi dari stimulus sensorik.

Beberapa pendapat ibu-ibu rumah tangga di desa Rahtawu terkait persepsi konsumen tentang nilai produk pada susu formula SGM, rata-rata memberikan persepsi yang positif dengan berbagai alasan dan pendapat yang berbeda-beda. Persepsi masing-masing para ibu yang berbeda karena dari masing-masing ibu juga memiliki perbedaan latar belakang kebutuhan dalam memahami arti penting susu formula untuk membantu pertumbuhan si buah hati sehingga memilih susu formula SGM. Perbedaan ini terkait alasan konsumen dalam membeli suatu produk didasari atas pengaruh dari adanya perilaku konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk hubungannya dengan strategi pemasaran yang dilakukan produsen susu formula dengan alasan kualitas produk, harga, promosi atau iklan dan tempat atau kemudahan dalam mendapatkan produk tersebut.

Dengan adanya persepsi dari para ibu tersebut membuktikan bahwa meskipun harga susu formula SGM terjangkau atau lebih ekonomis tetapi tidak mengurangi kualitas pada produknya. Meskipun tidak terlalu mudah didapat karena minimnya akses pemasaran dalam penjualan susu formula SGM, dan dengan harga yang terjangkau, namun susu formula SGM tetap berkualitas tinggi bagi para konsumen di desa Rahtawu Gebog Kudus.

B. Keterbatasan Penelitian

Meskipun telah diupayakan semaksimal mungkin, namun ternyata penelitian ini masih banyak keterbatasan penelitian meliputi:

1. Penelitian ini berinteraksi dengan fakta yang diteliti sehingga tidak menutup kemungkinan dalam memberikan analisis ada yang bersifat subyektif yang dilatar belakangi pola pikir peneliti sendiri
2. Kurang luasnya sampel penelitian sehingga kemungkinan adanya data yang belum sepenuhnya diambil karena tidak semua informan yang berkaitan bersedia untuk dimintai informasi

3. Kemungkinan adanya kesalahan yang ditimbulkan oleh para informan karena kurangnya tingkat pemahaman tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

C. Saran

Adapun saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya meliputi:

1. Untuk masyarakat (sebagai konsumen), diharapkan agar dapat memahami setiap bahasa pemasaran dalam penjualan setiap produk apapun yang ditayangkan lewat iklan di TV atau media sosial lainnya supaya tidak terjadi kesalahpahaman dalam membeli suatu produk.
2. Untuk PT. Sari Husada, Tbk (sebagai produsen) diharapkan mampu berinovasi rasa terhadap produk susu formula SGM setiap tahunnya dan selalu menjaga kualitas produk serta senantiasa meningkatkan mutu produk agar terjalin kerjasama yang baik dengan konsumen sehingga mampu menarik minat beli masyarakat untuk tercipta konsumen yang loyal terhadap produk dari perusahaan tersebut.
3. Untuk akademisi (sebagai pembaca dan peneliti selanjutnya) diharapkan agar dalam penelitian selanjutnya untuk lebih banyak informan yang didapat dalam membantu penyelesaian data secara lebih baik dan akurat dengan melakukan analisis lebih mendalam dalam kasus yang diteliti.

D. Penutup

Alhamdulillah berkat pertolongan dan karunia Allah SWT. Didasari niat dan kesungguhan serta kerja keras akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Dengan harapan semoga dapat memberi manfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Peneliti menyadari dengan sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terjadi kekurangan dan kekhilafan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati memohon untuk para pembaca bersedia agar memberikan kritik yang bersifat konstruktif dan serta menerima SMS (Saran

Masukan dan Solusi) dalam upaya penyempurnaan skripsi ini karena kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT.

Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut serta baik secara langsung ataupun tidak langsung dalam membantu menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa mendapat balasan dari Allah SWT. *Dzat Azza Wajalla.....Amin YaaRabbal 'Alamin.*

