

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, kualitas produk, promosi penjualan terhadap minat beli konsumen pada produk susu UHT merek Ultra Milk. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Citra merek berpengaruh positif terhadap minat beli produk susu UHT Ultra Milk. Produk susu UHT Ultra Milk itu produk yang sudah mempunyai reputasi yang sangat baik di kalangan masyarakat atau konsumen susu UHT Ultra Milk. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra merek dibenak konsumen, maka akan semakin tinggi minat beli konsumen pada produk tersebut sehingga penjualan dan laba perusahaan juga akan meningkat.
- 2) Harga berpengaruh positif terhadap minat beli produk susu UHT Ultra Milk. Harga susu UHT Ultra Milk sangat terjangkau dan dapat bersaing dengan merek susu lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik harga yang ditawarkan perusahaan, maka akan semakin tinggi minat beli konsumen pada produk tersebut.
- 3) Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap minat beli produk susu UHT Ultra Milk. Produk susu UHT Ultra Milk memiliki kualitas yang baik karena terbuat dari bahan yang bagus dan dari susu sapi asli. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk tersebut, maka

akan semakin tinggi minat beli konsumen untuk membeli produk tersebut.

- 4) Promosi penjualan berpengaruh positif terhadap minat beli susu UHT Ultra Milk. Promosi yang dilakukan pada susu UHT Ultra Milk dengan menggunakan iklan di media televisi maupun media sosial dengan begitu akan menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik promosi yang dilakukan perusahaan, maka akan semakin tinggi minat beli konsumen pada produk tersebut dan penjualannya juga akan meningkat.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Bagi produsen susu UHT Ultra Milk
 - a. Dari variabel citra merek berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen, variabel citra merek itu variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat beli, oleh karena itu perlu adanya perhatian khusus terhadap citra merek sehingga citra merek susu UHT Ultra Milk yang sudah terkenal dan memiliki reputasi yang baik menjadi semakin baik. Hal ini bisa didukung dengan melakukan berbagai strategi pemasaran misalnya dengan cara melakukan kegiatan bakti sosial dan memberikan penyuluhan kesehatan bagi tubuh dengan meminum susu UHT Ultra Milk. Cara lainnya dengan menjadi sponsor dari sebuah event, kemudian mengirim maskot *brand* untuk di tampilkan di hadapan ke *audiens*. Untuk meningkatkan profil brand, perusahaan

harus membuat dan mengunggah berbagai video konten pemasaran yang terkait dengan produk susu UHT Ultra Milk, konten tersebut bisa diintegrasikan dengan fitur SEO (*Search Engine Optimization*) yang akan membuat konten tersebut ada di halaman pertama di laman *Search Engines* (misal: *Google*, *Yahoo* dan lainnya).

- b. Harga berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Penetapan harga yang baik dan kompetitif juga berdampak pada minat beli konsumen, karena harga merupakan tolak ukur bagi konsumen sebelum akhirnya tertarik untuk membeli produk tersebut. Akan tetapi masih ada konsumen yang tidak setuju dengan pernyataan bahwa harga yang ditawarkan susu UHT Ultra Milk dapat bersaing dengan produk lain. Oleh karena itu perusahaan harus melakukan strategi penetapan harga berbasis pesaing. Strategi ini ditentukan menggunakan harga pesaing menjadi tolak ukurnya jadi perusahaan bisa memberikan harga produk sedikit di bawah pesaing, sama dengan pesaing atau sedikit di atas pesaing.
- c. Hendaknya manajemen perusahaan susu UHT Ultra Milk harus selalu memperhatikan kualitas produknya agar selalu mendapatkan kepercayaan dari konsumen dengan cara mempertahankan atau meningkatkan kualitas rasa dari produk tersebut dan selalu melakukan *quality control* sebelum produk tersebut diedarkan di pasaran. Proses *quality control* tersebut dilakukan untuk mengecek dan memastikan kualitas produk sesuai dengan standar perusahaan agar tidak terjadi kebocoran pada kemasan.

d. Promosi merupakan salah satu media untuk membuat konsumen merasa tertarik terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan, oleh karena itu perusahaan diharapkan mampu mempertahankan promosi yang saat ini sudah dapat dikatakan baik bagi konsumen, karena salah satu penyebab konsumen melakukan pembelian adalah promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat menarik. Promosi yang bisa dilakukan oleh perusahaan adalah dengan cara memberikan promo beli dua gratis satu. Atau dengan memanfaatkan media sosial untuk kegiatan promosi seperti membuat Vlog You-tube berkolaborasi dengan Vlogger ternama yang mampu menunjukkan dan menyebarluaskan manfaat dan pentingnya meminum susu UHT Ultra Milk bagi tubuh, menggait *celebrity endorser* dengan tokoh yang sudah dikenal luas oleh masyarakat.

2. Penelitian Mendatang

- a. Penelitian yang akan datang dapat menambah atau mengganti variabel lain, seperti variabel digital marketing, marketing mix, inovasi produk serta promotion mix. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini citra merek, harga, kualitas produk dan promosi hanya mampu menjelaskan 71,5% variasi minat beli dan 28,5% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.
- b. Penelitian yang akan datang, disarankan untuk mencari atau menambahkan variabel yang lebih bervariasi atau variabel yang jarang diteliti dan belum diteliti serta populasi dengan karakteristik beda sehingga dapat memunculkan penelitian-penelitian baru.