

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada uraian pembahasan sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan

1. Tanggapan konsumen terhadap produk tupperware
 - a. Dari varian warna konsumenn menyatakan positif terhadap varian warna tupperware.
 - b. Konsumen juga merasakan bahwa produk tupperware harganya lebih terjangkau dibanding produk pesaing lainnya.
 - c. Konsumen juga memberikan tanggapan dari bentuk tupperware yang unik dan menarik, konsumen juga merasa yakin bahwa tupperware memakai bahan plastik yang higienis dan aman digunakan, konsumen merasa bahwa produk tupperware sudah memenuhi kebutuhannya sebagai wadah plastik.
 - d. Dari 100 responden sebanyak 89% memberikan pernyataan positif, hal ini disebabkan bahwa konsumen melakukan pembelian produk tupperware karena merasa puas. Dan sebanyak 91% memberikan pernyataan positif. Hal ini disebabkan bahwa konsumen akan membeli produk

tupperware lagi secara berkala karena puas dengan produk tupperware. sebanyak 84% memberikan pernyataan positif konsumen akan menjadi pelanggan tupperware. sebanyak 88% memberikan pernyataan positif. Hal ini disebabkan bahwa konsumen akan memberikan rekomendasi produk tupperware kepada teman, keluarga dan orang lain.

2. Konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk tupperware dengan lima proses keputusan pembelian yaitu dengan pengenalan masalah
 - a. konsumen mengenali dulu apa yang menjadi kebutuhannya agar konsumen dapat memutuskan pembelian produknya yang dibutuhkan
 - b. konsumen melakukan pencarian informasi terhadap kebutuhan yang dicari dengan mencari produk tupperware dan produk pesaing untuk membandingkan bisa melalui internet website resmi tupperware, melalui media iklan televisi, dari keluarga, teman, media cetak seperti brosur dan katalog dengan itu memudahkan konsumen untuk memilih produk yang konsumen inginkan yang sesuai.
 - c. melakukan evaluasi alternatif produk tupperware dengan membandingkan produk tupperware dengan pesaing dari segi harga yang terjangkau, varian warna, bentuk yang unik serta yang higienis bahannya yang digunakan.

- d. konsumen baru melakukan keputusan pembelian produk tupperware yang konsumen inginkan dan setelah konsumen melakukan keputusan pembelian lalu setelah konsumen melakukan keputusan pembelian dan memakai produk tupperware.
- e. konsumen melakukan perilaku pasca pembelian produk tupperware dari itu konsumen akan merasa puas atau tidak dalam melakukan keputusan pembelian produk tupperware dan itulah proses

B. Saran

1. Melakukan evaluasi secara menyeluruh. Bagian-bagian yang belum bisa memuaskan konsumen harus diperbaiki lagi, dan bagian-bagian yang sudah memuaskan konsumen lebih ditingkatkan lagi dan harus dipertahankan. Harus ditingkatkan lagi karena tidak semua konsumen merasa 100 % puas dengan produk tupperware apalagi persaingan industri bahan plastik sangat ketat dalam memperebutkan konsumen maka perbaikan dan inovasi produk harus dilakukan secara berkala.
2. Dalam bentuk produk tupperware harus lebih ditingkatkan lagi kemasannya agar lebih unik menarik perhatian konsumen dan beda dari produk-produk pesaing yang lain menciptakan inovasi yang lebih baik, varian warna produk tupperware lebih ditingkatkan lagi warnanya agar konsumen tidak merasa bosan melihatnya, dari harga produk tupperware sudah sangat terjangkau dibanding pesaing tetapi

lebih diberikan inovasi seperti tingkatkan promo diskon harga agar konsumen merasakan puas dengan harga yang terjangkau dan produk yang sangat baik.

3. Hasil kuesioner keputusan pembelian berdasarkan pencarian informasi dari 100 responden 25 % memilih kurang setuju, 8% tidak setuju, 1 % sangat tidak setuju maka dapat disimpulkan ada 34% konsumen yang tidak mengetahui mencari informasi mengenai produk tupperware dan produk merek lain yang sejenis di internet. Oleh karena itu saran bagi tupperware harus lebih meningkatkan lagi promosinya lewat internet, agar konsumen lebih dengan mudah mencari produk tupperware di internet, pihak tupperware harus lebih mensosialisasikan promosi lewat internet kepada konsumen.
4. Hasil kuesioner keputusan pembelian berdasarkan pencarian informasi dari 100 responden 35% kurang setuju, 10 % tidak setuju, 3 % sangat tidak setuju, maka dapat disimpulkan ada 48% konsumen yang tidak mengetahui mencari informasi mengenai produk tupperware dan produk merek lain yang sejenis di media cetak. Oleh karena itu saran bagi tupperware dalam memperkenalkan produk tupperware di media cetak harus lebih ditingkatkan, harus lebih sering memasang iklan di media cetak seperti majalah, koran, atau menyebarkan brosur kepada konsumen yang belum tau produk tupperware, agar konsumen banyak yang tertarik untuk membeli produk tupperware.