

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan kesimpulan yaitu sebagai berikut ini :

1. Karakteristik konsumen minuman susu Miuccu Surabaya dalam penelitian ini di dominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan yang masih usia remaja yaitu umur 21 hingga 30 tahun. Selain itu, tingkat pendidikan akhir yang ditempuh yaitu ditingkat pendidikan SMA yang merupakan pelajar atau mahasiswa dengan pendapatan atau uang saku per bulan yaitu kurang dari Rp. 1.000.000,- /per bulan.
2. Proses pengambilan keputusan pembelian produk minuman susu Miuccu pada tahap pengenalan kebutuhan diketahui bahwa alasan atau motivasi dalam membeli minuman susu Miuccu ini yaitu harga yang terjangkau. Manfaat yang dicari konsumen adalah sebagai kudapan atau minuman selingan-pengganti. Pada tahap pencarian informasi, sumber informasi utama konsumen adalah dari teman atau keluarga dan internet (media sosial) menjadi media yang paling berperan dalam pencarian informasi, dengan fokus perhatian utama promosi yaitu rasa dan mayoritas konsumen terpengaruh akan adanya promosi. Pada tahap evaluasi alternatif yang menjadi pertimbangan awal konsumen dalam membeli dan mengonsumsi minuman susu Miuccu adalah rasa. Namun mayoritas dari konsumen juga mengonsumsi produk susu lain karena faktor merek dan rasa. Pada tahap pembelian, konsumen melakukan pembelian berdasarkan situasi, dengan frekuensi pembelian dua kali per bulan dan es susu regal atau oreo sebagai rasa yang paling disukai. Pada tahap pasca pembelian sebagian besar konsumen merasa puas terhadap minuman susu Miuccu. Menurut mayoritas konsumen, harga dari minuman susu Miuccu adalah terjangkau, sehingga apabila minuman susu Miuccu mengalami kenaikan harga, konsumen masih

akan tetap membeli dan apabila minuman susu Miucuu tidak tersedia, maka konsumen akan beralih ke produk lain.

3. Atribut Miucuu yang memiliki nilai yang tertinggi yakni rasa dan harga. Dalam hal ini selera konsumen terhadap rasa produk minuman susu Miucuu dinilai konsumen memiliki rasa yang enak dengan perpaduan biskuit dan ragam rasa lain dan manis yang pas sesuai selera konsumen dengan harga yang ditawarkan terjangkau yaitu Rp. 10.000 per cup susu, sehingga dapat menciptakan keagresifan dalam atribut produk dan dapat menarik calon konsumen, baik konsumen baru maupun konsumen lama untuk terus mengunjungi kedai susu Miucuu ini dalam keputusan pembeliannya dan untuk memenuhi selera konsumennya. Berdasarkan skor fishbein yang diperoleh dapat dikatakan minuman susu Miucuu ini disukai oleh konsumen.
4. Selera konsumen terhadap minuman susu Miucuu termasuk kedalam kategori suka terhadap produk minuman susu Miucuu Surabaya. Hal ini berarti minuman susu Miucuu sudah sesuai dengan selera dan keinginan konsumennya pada atribut yang melekat di minuman susu Miucuu.

## **5.2 Saran**

Adapun saran yang dapat dilakukan oleh Kedai Susu Miucuu Surabaya untuk meningkatkan selera konsumen adalah sebagai berikut:

1. Sebagai brand yang relatif baru, sebaiknya Miucuu tetap menjaga konsistennya baik dari segi rasa produk, ragam produk dan lainnya.
2. Miucuu Surabaya sebaiknya memperbaiki kinerja dari beberapa atribut yang kurang diperhatikan dan yang masih memiliki nilai kepercayaan konsumen yang rendah seperti merek dan desain kemasan produk yang seharusnya memiliki daya tarik tersendiri agar selera konsumen meningkat dan memutuskan untuk melakukan pembelian.

3. Banyaknya pesaing maka produk minuman susu Miucuu perlu menjaga kepuasan konsumen dan meningkatkan promosi agar merek Miucuu melekat di benak konsumen. Promosi dapat menggunakan perlombaan berkaitan dengan aktivitas anak muda maupun menggunakan jejaring sosial yang marak digunakan seperti instagram.