

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Secara umum dapat disimpulkan bahwa pola konsumsi konsumen biskuit wafer sangat tergantung pada preferensi konsumen terhadap atribut produk, dan pola perubahan selera konsumen dapat dianalisis dengan metode rantai Markov. Dari hasil penelitian dapat dikemukakan hasil sebagai berikut :

1. Indeks sikap untuk konsumen kelas sosial bawah adalah sebesar 3,93, untuk konsumen kelas sosial menengah sebesar 3,84 dan indeks sikap untuk konsumen kelas sosial atas sebesar 4,04, semuanya terletak pada daerah penerimaan keempat yang berarti baik.
2. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pendapatan, usia dan tingkat pendidikan dengan pemilihan merek yang dikonsumsi. Hal ini berarti perbedaan kelas sosial, usia dan tingkat pendidikan tidak mempengaruhi pola pembelian merek biskuit yang dikonsumsi.
3. Dari hasil perhitungan Analisa Rantai Markov didapat hasil sebagai berikut biskuit Nissin Wafer mempunyai pangsa pasar sebesar 13,05%, Wafer Roma mempunyai pangsa pasar sebesar 3,82%, Wafer Tanggo mempunyai pangsa pasar sebesar 42%, Selamat Wafer 20,55% dan Wafer Wafero 20,57%.

B. Saran

1. Penelitian ini menggunakan *stratified random sampling* dalam teknik pengambilan sampelnya, untuk penelitian lebih lanjut dapat digunakan *cluster random sampling* atau teknik pengambilan sampel yang lain.

2. Penentuan posisi perusahaan dengan pesaingnya dapat diketahui dari perkiraan pangsa pasar yang dihitung dengan metode Rantai Markov, untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan analisis kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang bagi masing-masing merek dengan analisa SWOT.