

VI. PENUTUP

6.1 Kesimpulan

1. Dari 11 atribut produk yang ditawarkan yang meliputi label, kemasan (pita cukai, desain), harga, merek, sifat produk (isi, aroma, rasa, ukuran, jenis, serta kandungan nikotin dan tar, terdapat 6 atribut yang relevan dipertimbangkan konsumen dalam pembelian produk rokok secara umum, khususnya rokok Gudang Garam *International*. Atribut produk tersebut yaitu harga, merek, isi, aroma, rasa, dan jenis rokok.
2. Atribut produk rasa adalah atribut yang paling dominan dipertimbangkan dalam pembelian rokok Gudang Garam *International* yang menunjukkan bahwa konsumen akan mempertimbangkan atribut produk rasa sebagai atribut penting dalam memilih produk rokok.
3. Sikap konsumen di lokasi penelitian cenderung netral terhadap rokok Gudang Garam *International* yang menjelaskan bahwa konsumen tidak memiliki sikap (menyukai atau tidak menyukai) serta konsumen cenderung biasa saja dalam menaruh kepercayaan terhadap atribut dan manfaat rokok Gudang Garam *International*.
4. Maksud perilaku konsumen di lokasi penelitian cenderung ragu-ragu untuk membeli rokok Gudang Garam *International* yang menjelaskan bahwa responden tidak kontinyu atau responden hanya kadang-kadang membutuhkan produk rokok Gudang Garam *International*.

6.2 Saran

1. Produsen sebaiknya memperbaiki kualitas dari atribut-atribut seperti harga harus sebanding dengan isi sehingga lebih disukai konsumen serta atribut lain seperti aroma cengkehnya diperkuat lagi.
2. Produsen rokok Gudang Garam *International* sebaiknya dapat mempertahankan rasa khas yang dimiliki rokok Gudang Garam *International* Sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

3. Peneliti selanjutnya sebaiknya lebih memperhatikan pemilihan responden yang disesuaikan dengan komoditas dan pangsa pasar, agar hasil yang didapatkan lebih akurat dan hipotesisnya dapat tercapai serta pemilihan lokasi yang tepat juga perlu diperhatikan agar responden lebih heterogen dan mampu merepresentatifkan populasi pada lokasi penelitian untuk produk yang akan diteliti.

