

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, terdapat beberapa hal penting yang perlu diperhatikan sebelum menarik simpulan, yaitu tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat ada tidaknya kesesuaian antara konsep diri dengan konsep produk rokok merek A Mild berdasarkan pandangan konsumen. Setelah melalui proses pengumpulan data dan analisis terhadap hasil penelitian dengan menggunakan alat uji statistik pada SPSS 15.0, berikut ini beberapa simpulan yang dapat ditarik.

1. Terdapat kesesuaian antara konsep diri dengan konsep produk rokok merek A Mild yang dibuktikan dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 160 responden terpilih pada bulan Februari 2008.
2. Kesesuaian tersebut, didukung oleh 9 dari 10 indikator yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu hemat-boros, ceroboh-cermat, tidak menyenangkan-menyenangkan, tidak kontemporer-kontemporer, tidak teratur-teratur, emosional-rasional, berjiwa muda-dewasa, resmi-tidak resmi, dan *complex*-sederhana. Dimana pada indikator keras-lembut, hipotesis nol yang menyatakan tidak terdapat kesesuaian antara konsep diri aktual dengan konsep produk A Mild berhasil di terima yang dibuktikan dari nilai signifikansi pada tes non parametrik sebesar $0.138 > 0.05$.

IV.2 Saran

Berdasarkan simpulan-simpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang ingin peneliti ajukan, terkait tema dan tujuan penelitian ini, antara lain sebagai berikut

1. Konsep produk yang dimiliki oleh rokok merek A Mild dapat dikatakan sesuai dengan pangsa pasar yang akan dibidik oleh PT. HMS untuk rokok merek A Mildnya. Akan tetapi, penetapan pangsa pasar A Mild yang membidik kalangan muda dewasa (usia transisi menuju kedewasaan bagi seorang remaja) harus lebih dikomunikasikan agar tidak terjadi kesalahan persepsi bahwa keringanan kadar *tar* dan *nikotin* yang dimiliki A Mild diartikan sebagai rokok untuk para wanita saja. Oleh karena itu, pihak manajemen A Mild harus terus berupaya untuk mensosialisasikan konsep produk yang ditawarkannya, dengan melakukan inovasi yang kreatif agar konsep yang ditawarkan dapat dipahami oleh konsumen yang merupakan pangsa pasarnya.
2. Selain itu, pihak manajemen A Mild juga sebaiknya tetap berfokus untuk mempertahankan keunggulan yang dimilikinya, yaitu *unique selling point* melalui iklan-iklan atau alat promosi lainnya untuk mengkomunikasikan konsep yang ditawarkannya pada konsumen.