

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand awareness*

Minute Maid Pulpy Orange bukan merupakan *Top of Mind* dari berbagai merek produk minuman sari buah. Namun Minute Maid Pulpy Orange sangat dikenal baik oleh responden sebagai produk minuman sari buah dengan bulir didalamnya.

2. *Brand association*

Asosiasi-asosiasi merek yang terbentuk terhadap merek Minute Maid Pulpy Orange berdasarkan jumlah bobot tertinggi yaitu Minute Maid Pulpy Orange adalah minuman sari buah yang berkualitas.

3. *Brand loyalty*

Dari jumlah jawaban ketiga indikator loyalitas yaitu *rebuy*, *always rebuy*, dan *recommended* menunjukkan bahwa potensi loyalitas responden terhadap Minute Maid Pulpy Orange rendah. Hal ini ditunjukkan oleh jumlah persentase responden yang akan selalu membeli Minute Maid Pulpy Orange hanya sebesar 14,28% dan

responden yang akan merekomendasikan Minute Maid Pulpy Orange kepada orang lain sebanyak 52,86%. Walaupun responden yang akan membeli Minute Maid Pulpy Orange lagi di waktu yang akan datang sebanyak 81,43% namun indikator *always rebuy* dan *recommended* menunjukkan potensi loyalitas responden yang rendah.

5.2. Saran

1. Minute Maid Pulpy Orange masih berada pada urutan ke tiga untuk indikator *top of mind* dan *brand recall*, walaupun konsumen sudah sangat mengenal Minute Maid Pulpy Orange sebagai minuman sari buah dengan bulir didalamnya, namun Minute Maid Pulpy Orange belum bisa menjadi merek pertama yang benar-benar diingat konsumen. Oleh sebab itu, perusahaan harus dapat berupaya untuk meningkatkan kesadaran merek konsumen dengan cara meningkatkan kegiatan promosi baik itu dari media cetak maupun elektronik untuk menarik minat konsumen, mengadakan distribusi yang merata sehingga persediaan Minute Maid Pulpy Orange di pasaran dapat terkontrol dengan baik, hal ini bertujuan agar konsumen dengan mudah mendapatkan produk Minute Maid Pulpy Orange di pasaran dan semakin mengenal Minute Maid Pulpy Orange.

2. Minute Maid Pulpy Orange masih harus meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap merek, dengan beberapa cara, yaitu :

- a. Melakukan inovasi produk dengan menciptakan varian rasa yang lebih beragam dengan tetap berdasar pada ciri khas Minute Maid Pulpy Orange

yaitu minuman sari buah dengan bulir didalamnya yang juga disesuaikan dengan potensi kekayaan alam negara Indonesia, misalnya dengan menciptakan rasa: jeruk keprok, jeruk Bali, dll sehingga konsumen mempunyai banyak pilihan rasa.

- b. Membuat komunitas pelanggan setia Minute Maid Pulpy Orange. Komunitas ini akan membuat kegiatan yang dapat menjalin kebersamaan mereka seperti: kegiatan *biking together*, berbagai pertandingan olahraga dalam *sport competition*, *community gathering* dimana semua anggota komunitas dapat berkumpul bersama dan saling bertukar informasi tentang Minute Maid Pulpy Orange satu sama lain.