

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Variabel harga menjadi salah satu penentu konsumen untuk membeli produk permen fungsional. Harga suatu produk mengandung pengertian kemampuan yang dimiliki oleh seorang pembeli untuk membeli suatu produk. Menurut Aydinli *et al.*(2014) para produsen harus mencoba menawarkan kepada pembeli untuk menggunakan produk yang berkualitas secara permanen.

Hal tersebut diperlukan untuk meyakinkan pembeli bahwa produk sebanding dengan harganya (Didit, 2017). Dalam penelitian ini, konsumen menganggap variabel harga juga menjadi salah satu atribut atau variabel yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut bahkan melakukan pembelian kembali atas produk yang sama.

Variabel ketertarikan iklan produk juga mempengaruhi konsumen untuk membeli produk permen fungsional. Alasan dari konsumen mereka mengetahui produk, merk dan juga kegunaan dari permen fungsional yang di kemas dalam bentuk iklan baik media audio visual (televisi) ataupun media sosial lainnya. Penelitian yang dilakukan oleh (Luluk.N et al 2017) bahwa iklan sebagai salah satu variabel yang berpengaruh dalam pembentukan sikap konsumen. Iklan produsen memberikan edukasi kepada konsumen secara tidak langsung mengenai produk yang ditawarkan kepada konsumen. Promosi melalui iklan suatu produk yang efektif dapat menampilkan keunggulan atau manfaat secara baik, serta dapat menimbulkan sikap yang positif terhadap produk tersebut dan sebaliknya. Produk permen fungsional (tradisional) meskipun pemasarannya tanpa menggunakan iklan namun tetap membuat konsumen tertarik, karena konsumen sudah tahu khasiat dari bahan tradisional tersebut. Contoh permen tradisional yang dipasarkan tanpa iklan antara lain adalah permen asam. Melalui literatur atau pustaka konsumen dapat mengetahui khasiat dari produk tradisional tersebut.

Aroma, rasa, dan tekstur pada produk atau sample permen yang dibagikan kepada responden adalah daya tarik tersendiri bagi responden. Aroma dan rasa jahe, asem, dan mint dapat memudahkan konsumen untuk mengetahui manfaat dari permen itu sendiri.

Sample permen jahe, herbal mint, kopi yang bertekstur keras (*hard candy*) sedangkan permen asem termasuk permen yang berteksturlunak. Permendengan aroma dan rasa jahe atau mint dan bertekstur keras akan membuat saluran pernafasan menjadi lebih terasa hangat dan lega lebih lama.

Kemudahan yang ditawarkan produsen menjadi daya tarik bagi konsumen untuk langsung mengonsumsi produk permen tersebut tanpa adanya *treatment* khusus. Sama halnya dengan makanan atau minuman *ready to drink* atau *ready to eat*. Memberikan kemudahan atau *flexibility* bagi konsumen permen fungsional tersebut.

Disamping kemudahan secara ekonomis konsumen, mudah mendapatkan produk permen tersebut di semua pasar. Hampir semua produsen permen memanfaatkan kemudahan ini untuk semakin melakukan *improvement* atas produk permen yang mereka hasilkan. Sebagai contoh adalah produsen melakukan inovasi dari kemasannya sehingga lebih menarik, juga lebih mudah konsumen atau pembeli untuk membuka produk permen tersebut.

