

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### V.1. Simpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

Pada analisis korespondensi terdapat 4 hal tentang keunggulan atribut setiap notebook:

1. Notebook Acer memiliki kedekatan dengan saluran distribusi, desain produk dan promosi
2. Notebook Toshiba memiliki kedekatan dengan citra merek dan kualitas produk
3. Notebook Lenovo memiliki kedekatan dengan kualitas produk, berarti kualitas produk notebook Lenovo hampir menyamai kualitas produk notebook Toshiba
4. Notebook HP memiliki kedekatan dengan atribut harga.

#### V.2. Saran

Sebagai saran terhadap strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada notebook Acer untuk menguatkan *positioningnya* berdasarkan atribut-atribut yang dimiliki, sebagai perusahaan yang memproduksi notebook perlu meninjau kembali kualitas notebook untuk meningkatkan atau menguatkan daya saing pasar.

Pada penelitian ini merek-merek yang diteliti masih terbatas, untuk penelitian selanjutnya perlu diteliti merek-merek lain (terutama dengan semakin banyak merek notebook dari Cina, Jepang, dan Taiwan). Data penjualan Notebook dalam penelitian ini masih sangat minim, karena itu untuk penelitian selanjutnya data penjualan bisa didapat per bulan, sehingga akan sangat membantu peneliti dalam menyusun implikasi strategi yang relevan digunakan dalam memperkuat *positioning* notebook Acer.