

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian pada bab sebelumnya maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan bahwa persepsi konsumen terhadap merek domestik vs merek asing terhadap produk susu Indomilk dan Frisian Flag adalah terdapat perbedaan yang signifikan pada masing-masing atribut mereknya yaitu : atribut Harga, Kualitas Produk, Citra merek, Manfaat, Nilai, Budaya. Maka hasil ini sesuai dengan hipotesis penelitian ini yang menduga terdapat perbedaan persepsi konsumen antara merek domestik dengan merek asing. Hasil lain menunjukkan bahwa persepsi konsumen lebih positif pada produk susu merek asing (Frisian Flag) daripada susu domestik (Indomilk).

V.2. Saran

Berdasarkan uraian pembahasan dan kesimpulan, maka dapat diberikan saran yang berguna bagi PT. Indomilk selaku perusahaan susu olahan Domestik, yaitu :

1. Diharapkan perusahaan terus mengembangkan dan menciptakan terobosan baru yang lebih kreatif dan inovatif serta menaikkan kualitas atau mutu yang baik sehingga tercipta citra merek yang baik di mata masyarakat.
2. Bagi peneliti lain diharapkan mampu memperluas dan mengembangkan indikator penelitian agar hasilnya dapat bermanfaat dalam pengembangan disiplin ilmu yang dimiliki.