

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN IMPLIKASI

Kesimpulan dan implikasi yang disampaikan dalam bab ini seluruhnya didasarkan pada hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam bab sebelumnya. Kesimpulan, keterbatasan dan implikasi penelitian ini adalah sebagai berikut:

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan penelitian ini, maka disimpulkan:

1. Harga susu Dancow balita, harga produk pengganti susu merek lain, harga produk pelengkap secara statistik tidak berpengaruh terhadap permintaan susu dancow balita di Kota Metro
2. Hukum satu harga (The law of one price) berlaku dalam penelitian ini
3. Pendapatan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan susu Dancow balita di Kota Metro

5.2 Keterbatasan

Keterbatasan penelitian ini terutama terletak pada hasil penelitian yang tidak memiliki tingkat generalisasi yang tinggi. Hal ini disebabkan karena pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara *non probability sampling* yaitu pengambilan sampel yang memberikan peluang yang tidak sama kepada setiap

anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2003). Sampel yang diambil dengan metode purpose sampling pada penelitian ini dilakukan tidak representatif sehingga hasil penelitian ini kemungkinan tidak dapat berlaku umum. Kemudian perlu adanya pengujian secara lanjut tentang faktor yang mempengaruhi permintaan produk; selera. Hasil penelitian ini belum tentu berlaku di tempat dan waktu yang lain.

5.3 Implikasi

Permintaan susu Dancow balita di Kota Metro dalam penelitian ini telah terbukti secara empiris memiliki pengaruh positif dan signifikan pada pendapatan konsumen. Pendapatan konsumen merupakan faktor penting dalam mendukung penentuan harga produk dari suatu perusahaan. Melalui penelitian ini terbukti secara empiris bahwa permintaan susu Dancow balita di Kota Metro dipengaruhi oleh harga susu Dancow balita sendiri, harga produk pengganti merek lain, harga produk pelengkap, dan pendapatan konsumen. Implikasi manajerial dari temuan empiris ini adalah untuk meningkatkan permintaan susu Dancow balita, maka harus terlebih dahulu mempertimbangkan pendapatan konsumen pada suatu wilayah. Dalam hal menaikkan harga susu Dancow balita perusahaan harus mempertimbangkan faktor konsumen. Karena jika terjadi kenaikan harga susu Dancow balita hampir semua konsumen akan berpindah ke merek lain yang harganya lebih murah melihat kualitas susu Dancow balita sama dengan susu merek lain.