

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

1. Konsumen susu kedelai “Bu Ade” didominasi oleh perempuan, berusia 19-30 tahun dengan tingkat pendidikan relatif tinggi SMA sampai S2 mayoritas bekerja sebagai pegawai swasta dan memiliki pendapatan rendah setiap bulannya
2. Secara keseluruhan konsumen termotivasi dalam mengkonsumsi susu kedelai berada pada kategori tinggi. Motivasi atau dorongan ini berasal dari rasa, kesegaran susu kedelai, kemasan, dan kepraktisan pada kategori sangat tinggi. Sementara itu motivasi harga, manfaat, kebiasaan, dan keamanan termasuk dalam kategori tinggi.
3. Motivasi kebiasaan mengkonsumsi susu kedelai memiliki hubungan positif dengan frekuensi pembelian di Sanggar Senam Larosa dan motivasi kebiasaan berlangganan susu kedelai memiliki hubungan positif dengan frekuensi pembelian di Koperasi Charitas Atma Jaya. Sedangkan motivasi manfaat kesehatan memiliki hubungan dengan kemasan apabila semakin tinggi motivasi manfaat kesehatan, maka cenderung membeli kemasan botol 330 ml dan motivasi manfaat kesehatan memiliki hubungan dengan rasa yang dibeli apabila semakin tinggi motivasi manfaat kesehatan, maka cenderung membeli berserat rasa (coklat, strawberi, melon)

**B. Saran**

Bagi produsen dalam menjual susu kedelai dapat mempertahankan harga, kesegaran, kemasan, dan kepraktisan susu kedelai kepada konsumen dan dapat meningkatkan varian rasa susu kedelai dengan cara menambah varian rasa yang kekinian seperti rasa green tea, taro, tiramisu, dan red velvet agar motivasi konsumen dalam mengkonsumsi susu kedelai “Bu Ade” semakin tinggi.