

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

1. Konsumen Chocolate Monggo didominasi oleh perempuan. Sebagian konsumen memiliki rentang usia 24 – 30 tahun. Konsumen yang melakukan pembelian di showroom Kotagede berasal dari luar Yogyakarta. Konsumen memiliki pekerjaan sebagai pegawai, baik pegawai negeri maupun pegawai swasta, mayoritas tingkat pendidikannya perguruan tinggi, dan memiliki rentang pendapatan sebesar Rp 3.600.000 sampai Rp 6.500.000/ bulan.
2. Motivasi konsumen dalam membeli produk Chocolate Monggo terbilang tinggi. Motivasi konsumen ini berasal dari cita rasa pada kategori sangat tinggi. Selanjutnya kualitas, kelompok referensi, penampilan, harga, dan pelayanan pada kategori tinggi. Sedangkan kebiasaan serta rasa bangga berada pada kategori sedang dan promosi berada pada kategori rendah.
3. Hubungan rasa bangga, kualitas, dan kebiasaan dengan jumlah pembelian dan nilai pembelian adalah cukup kuat dan positif. Selanjutnya hubungan harga, pelayanan, kelompok referensi, penampilan, dan cita rasa dengan jumlah pembelian dan nilai pembelian adalah sangat lemah dan positif. Sedangkan hubungan promosi dengan jumlah pembelian dan nilai pembelian adalah sangat lemah dan negatif.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, ada beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada Chocolate Monggo, sebagai berikut:

1. Chocolate Monggo harus mempertahankan cita rasa yang dimiliki pada produknya, khususnya pada variasi rasa. Inovasi tidak hanya perlu diterapkan pada kemasan produk saja, melainkan pada bentuk dan varian rasa untuk meningkatkan ciri khas Chocolate Monggo.
2. Chocolate Monggo perlu mempertahankan kualitas produk. Pada kualitas yang perlu ditekankan adalah bagaimana mempertahankan produk agar dapat bertahan dalam waktu yang lebih lama. Hal ini dikarenakan mayoritas konsumen Chocolate Monggo adalah wisatawan, produk yang dapat bertahan dalam kurun waktu yang lebih lama menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam membeli produk oleh-oleh.
3. Chocolate Monggo perlu meningkatkan pelayanan. Untuk pelayanan yang perlu ditekankan adalah cara karyawan berpenampilan. Hal ini dikarenakan penampilan karyawan yang menarik dapat membuat konsumen merasa nyaman dan tertarik untuk membeli produk Chocolate Monggo.
4. Chocolate Monggo harus meningkatkan citra merek produknya. Hal ini untuk mengurangi beralihnya konsumen ke produk cokelat merek lain.
5. Chocolate Monggo perlu meningkatkan promosi produknya. Seperti memaksimalkan promosi melalui media online, khususnya instagram, facebook, dan twitter. Melakukan peningkatan kerjasama dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan pariwisata. Pada pemberian sampel, Chocolate Monggo dapat menyediakan semua jenis rasa agar konsumen mengetahui dengan pasti produk

yang benar-benar sesuai dengan keinginannya. Serta dapat melakukan kegiatan yang mengarah pada peningkatan kebiasaan konsumen dalam mengkonsumsi coklat.