

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Perilaku konsumen AMDK di Kabupaten Gresik yakni dalam mengkonsumsi air mineral dalam sehari sebanyak 3 kali, dan tempat yang sering dibeli konsumen adalah Swalayan / Minimarket, dan atribut yang paling mempengaruhi dalam memilih produk AMDK adalah ukuran kemasan.
2. Atribut – atribut yang diinginkan konsumen adalah sebagai berikut:
 - a. Harga
 - b. Promosi
 - c. Kemasan Produk
 - d. Distribusi
 - e. Ukuran Kemasan
 - f. Nama Merek
 - g. Iklan
3. Atribut – atribut yang menyebabkan terjadinya konsumen berpindah ke merek lain adalah harga.

6.2 Saran

1. Analisa Markov Chain sangat mudah untuk diaplikasikan sehingga disarankan untuk digunakan untuk memprediksi pangsa pasar yang akan datang
2. Atribut yang dihasilkan dalam analisa harus mendapatkan perhatian dari produsen Air Mineral Dalam Kemasan agar tingkat loyalitas konsumen akan semakin tinggi

3. Untuk penelitian selanjutnya bias dilakukan dengan mengembangkan atau jumlah atribut atau variabel.
4. Produsen harus mempertimbangkan dalam meentukan jumlah ukuran kemasan yang ada karena ukuran kemasan yang banyak dipertimbangkan konsumen dalam memilih Air Mineral Dalam Kemasan.