

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis Multidimensional, Frestea memiliki ciri tersendiri yaitu memiliki aroma melati yang menunjukkan keunggulan dari Frestea, Sosro memiliki ciri tersendiri yaitu teh terasa alami, S-tea dan Tekita hampir memiliki ciri yang sama yaitu memiliki volume teh yang cukup banyak.
2. Analisis SWOT menunjukkan bahwa kelemahan Frestea pada volume/isi teh botol, dan sub distributor. Kekuatan Frestea terletak pada rasa aroma melati, produk dari Coca Cola dan Nestle. Peluang Frestea adalah besarnya penduduk Indonesia, memperluas jaringan distribusi. Dan ancaman bagi Frestea adalah muncul pesaing dengan rasa teh aroma buah dalam kemasan kotak dan botol (Fruitea) dan terdapat banyak perusahaan teh botol dengan biaya produk yang rendah sehingga mampu menekan harga jual seperti S-tea.
3. Alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan Frestea adalah jumlah sub distributor yang kurang potensial bagi produk Teh botol Frestea lebih diperketat. Alasan pemilihan program tersebut adalah selama ini banyak sub distribusi Coca cola yang tidak memenuhi target yang ditetapkan serta biaya yang dikeluarkan tidak terlalu besar untuk melakukan strategi ini.

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR PUSTAKA

- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research*. (16<sup>th</sup> ed) Yogyakarta: Andi Offset, 1996.
- Usman, Husiani. & Arsyad, Akbar, R.P.S. *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara, 1995.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary, *Principal of Marketing*, 6<sup>th</sup>, Prentice Hall International Inc, 1993.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary, *Dasar-dasar Pemasaran*, 7<sup>c</sup> edition, Prentice Hall International Inc, 1996.
- Stanton, William J, *Prinsip Pemasaran*, Alih Bahasa Yohanes Lamorta. Penerbit Erlangga, Jakarta, 1995.
- Supranto, *Analisis Multivariat: Arti dan Interpretasi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Soeratno dan L. Arsyad, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta, 1988.
- Umar, Husein, *Strategic Management in Action*, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003.