

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil dari uraian yang sudah dinyatakan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang didapat pada analisis ini adalah yaitu:

1. Menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan secara statistik dan positif antara kualitas produk dengan pilihan pembelian Produk Mie Instan Gaga. Hal ini menyatakan bahwa kualitas produk ialah penentu yang signifikan dalam membentuk pilihan pembelian konsumen. Kualitas produk membawa beberapa aspek seperti rasa, tekstur, kemasan, kandungan gizi, dan lainnya. Ada korelasi positif antara kualitas produk dan pengaruhnya pada pilihan pembelian pelanggan.
2. Menyatakan bahwa tidak ada dampak pemasaran yang nyata terhadap perilaku pembelian Produk Mie Instan Gaga. Hal ini menunjukkan bahwa Strategi promosi Mie Instant Gaga melalui iklan di media sosial, pemasangan spanduk, atau pembagian kupon belanja ternyata kurang menarik minat beli konsumen. Perusahaan belum menemukan cara promosi yang tepat sasaran dan sesuai dengan karakteristik konsumen Mie Instant Gaga.
3. Menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan secara statistik antara brand image dengan pilihan pembelian Produk Mie Instan Gaga. Temuan ini menunjukkan bahwa orang lebih cenderung untuk menguji dan membeli produk Mie Instan Gaga karena citra merek yang menguntungkan. Para konsumen yakin bahwa Mie Instant Gaga dapat memenuhi selera dan memberi manfaat bagi konsumen. Citra merek Mie Instant Gaga yang kuat mendorong konsumen untuk memilihnya di antara banyak pilihan mie instan lainnya.

5.2 Saran

Dari hasil analisis tentang keputusan pembelian produk Mie Instan Gaga dapat memberikan manfaat dan wawasan yang berharga untuk berbagai pihak, termasuk produsen, pemasar, peneliti, dan pemangku kepentingan lainnya.

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil peneliti menyarankan perusahaan dapat lebih memfokuskan upaya pemasaran untuk memperkuat citra merek Mie Instan Gaga. Ini dapat melibatkan kampanye pemasaran yang menyoroti nilai-nilai merek, kualitas produk, atau pengalaman konsumen yang positif. Kemudian kualitas produk merupakan faktor kunci dalam keputusan pembelian, perusahaan harus terus memprioritaskan dan meningkatkan kualitas Mie Instan Gaga. Pemahaman lebih lanjut tentang elemen-elemen spesifik yang dianggap konsumen sebagai indikator kualitas dapat membantu perusahaan dalam pengembangan produk.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian menyarankan Perluasan sampel penelitian tidak hanya di satu kota, tapi di beberapa kota besar untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif. Menambahkan variabel bebas lainnya seperti harga, ketersediaan produk, dan lainnya untuk melihat pengaruhnya pada keputusan pembelian.