

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat dikatakan bahwa semua hipotesis dalam penelitian ini diterima, yakni :
 - a. Terdapat pengaruh iklan Lemonilo di televisi RCTI yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan alami di kalangan masyarakat RT 09 RW 029 Mustika Jaya Bekasi.
 - b. Terdapat pengaruh iklan Lemonilo di televisi RCTI yang signifikan melalui keadaan ekonomi terhadap keputusan pembelian produk mie instan alami di kalangan masyarakat RT 09 RW 029 Mustika Jaya Bekasi.
 - c. Terdapat pengaruh iklan Lemonilo di televisi RCTI yang signifikan melalui lingkungan sosial terhadap keputusan pembelian produk mie instan alami di kalangan masyarakat RT 09 RW 029 Mustika Jaya Bekasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah ditemukan dalam penelitian ini, adapun saran yang diberikan oleh penulis yakni selalu memperhatikan peluang yang ada dalam konteks pemasaran produk, agar terus menarik perhatian audience atau konsumen juga selalu memperhatikan kualitas agar terjadinya pengulangan pembelian dari konsumen.

Saran kedua di persembahkan untuk peneliti selanjutnya yang apabila akan melakukan penelitian mengenai mie instan alami Lemonilo, dapat mencari tahu mengenai perbandingan minat membeli antara mie instan alami Lemonilo dengan produk mie instan Lainnya.