

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan menguji pengaruh citra merek, kualitas produk, Keputusan pembelian. Berdasarkan hasil dari penelitian, data yang digunakan sebanyak 100 responden, dari hasil penelitian yang dilakukan menghasilkan beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Citra Merek(X1) berpengaruh signifikan positif, sehingga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa citra merek memberikan dampak pada Keputusan konsumen dalam membeli mi instan merek *Indomie*.
2. Kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan positif, sehingga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan dampak pada Keputusan konsumen dalam membeli mi instan merek *Indomie*.
3. Citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan positif secara bersama-sama (simultan) terhadap Keputusan pembelian mi instan merek *Indomie*.

5.2 Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian, tampak bahwa variabel citra merek dan kualitas produk yaitu mempunyai reputasi yang baik terhadap konsumen adalah yang paling besar memberikan dampak atau pengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian ini, Adapun implikasi manajerial yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen dalam upaya meningkatkan pengaruh variabel citra merek dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian antara lain :

1. Meningkatkan citra merek yang positif terhadap *stereotype* mi instan merek *Indomie* sebagai makanan tidak sehat oleh Sebagian Masyarakat. Variabel citra merek adalah yang paling tinggi pengaruhnya terhadap Keputusan pembelian yang meliputi merek yang mudah dikenali oleh konsumen, merek yang mempunyai reputasi yang baik terhadap konsumen, merek yang selalu diingat dalam pikiran konsumen. Mengingat slogan “*Indomie Seleraku*” membuat image positif di benak konsumen, ditambah promosi yang diperlihatkan secara menarik menambah kuatnya citra merek mudah dikenali oleh konsumen. Citra merek ini dapat juga ditingkatkan dengan memberikan kualitas produk yang baik, misalnya dengan memberikan komposisi bumbu yang lengkap dalam kemasan sehingga konsumen tidak merasa dirugikan saat membeli produk tersebut.
2. Memperhatikan reputasi yang sudah dibangun sampai sekarang agar dapat terus bertahan. Walau dirasa perusahaan produsen *Indomie* adalah perusahaan besar yang sudah *go-public*, namun perlu juga diperhatikan aspek-aspek agar tidak ditinggalkan oleh konsumen loyal ataupun diambil

pangsa pasarnya oleh perusahaan kompetitor. Misalnya mempertahankan citra merek di benak konsumen dengan menghasilkan iklan yang kreatif dan selalu diingat oleh konsumen.

3. Menghasilkan produk mie instan yang aman walaupun dikonsumsi sering oleh konsumen. Hal ini bisa menjadi nilai jual lebih dibandingkan kompetitor lain. Salah satunya dengan inovasi bumbu dan bahan pembuat mie yang terbuat dari bahan yang aman jika dikonsumsi sering oleh konsumen. Ini dikarenakan konsumen sekarang semakin pintar dan kritis akan kesehatan mereka sendiri, sehingga walaupun mereka penikmat Indomie mie goreng tetapi mereka juga tidak ingin ada efek negatif jika mengkonsumsi produk tersebut terlalu banyak.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan, saat pembuatan kuisioner kiranya menggunakan kalimat yang sederhana dan mudah dipahami oleh responden sehingga maksud pernyataan dapat ditangkap dengan baik oleh responden. Misalnya dengan kalimat pendek dan kuisioner yang tidak terlalu banyak yang dapat menimbulkan perasaan malas mengisi kuisioner dari responden
5. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan membuat penelitian dan referensi oleh para peneliti lainnya dengan permasalahan yang sama dengan menggunakan beberapa sumber dari jurnal-jurnal, artikel dan buku yang mendukung dalam keberlangsungan penelitian.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dari penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang menimbulkan gangguan dan kurangnya hasil penelitian ini. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Keterbatasan literatur hasil penelitian sebelumnya yang masih kurang peneliti dapatkan. Sehingga mengakibatkan penelitian ini memiliki banyak kelemahan, baik dari segi hasil penelitian maupun analisisnya.
2. Keterbatasan waktu, biaya dan tenaga sehingga membuat penelitian ini kurang maksimal.
3. Keterbatasan pengetahuan penulis dalam membuat dan menyusun tulisan ini, sehingga perlu diuji kembali keandalannya di masa depan.
4. Keterbatasan data yang digunakan dalam penelitian ini membuat hasil kurang maksimal.
5. Penelitian ini jauh dari sempurna, maka untuk penelitian berikutnya diharapkan lebih baik dari sebelumnya.