

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah dilakukan penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya sehingga telah menghasilkan kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah yang ada pada penelitian ini.

Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan M. Dari hal tersebut dapat dijabarkan bahwasannya kualitas produk mampu meningkatkan keputusan pembelian Mie Gacoan. Konsumen Mie Gacoan cenderung mengumpulkan informasi produk mengenai kualitas produk untuk meningkatkan keputusan mereka agar melakukan pembelian produk Mie Gacoan.

Selanjutnya yaitu variabel kualitas layanan dalam penelitian ini juga menghasilkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan. Dari hal tersebut dapat dijabarkan juga bahwa kualitas layanan Mie Gacoan menjadi faktor penting yang dapat menciptakan keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung memilih merek yang memiliki kualitas layanan yang baik. Kualitas layanan Mie Gacoan yang baik mampu membuat konsumen untuk membuat keputusan dalam melakukan pembelian pada merek ini.

Demikian pada variabel harga dalam penelitian ini juga menghasilkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan. Dari hal tersebut dapat dijabarkan juga bahwa harga dari Mie Gacoan juga dapat menjadi faktor penting yang dapat menciptakan keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki harga terjangkau. Harga produk Mie Gacoan memang ditawarkan dengan harga yang sangat terjangkau sehingga dapat dijangkau oleh seluruh kalangan konsumen.

5.2 Saran

Pembahasan dan kesimpulan telah sukses dihasilkan, adapun peneliti bermaksud untuk memberikan saran yang membangun kepada perusahaan maupun

peneliti selanjutnya sebagai upaya untuk menciptakan strategi pemasaran maupun penelitian-penelitian yang lebih baik kedepannya. Berikut saran yang dapat peneliti sampaikan :

Saran Teoritis :

1. Untuk penelitian selanjutnya agar melakukan penelitian di daerah lain atau daerah yang lebih luas misal melakukan penelitian di DKI Jakarta karena dalam penelitian ini masih terbatas di area Kota Depok dan agar meneliti variabel lainnya seperti citra merek dan promosi.

Saran Praktis :

1. Apabila dilihat dari nilai *loading factor* nilai yang paling rendah pada variabel keputusan pembelian terdapat pada pernyataan yang menyatakan “Membeli produk Mie Gacoan ketika ada promo atau potongan harga” artinya Mie Gacoan disini seharusnya mampu menciptakan promo yang lebih menarik lagi agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian.
2. Kemudian selanjutnya nilai *loading factor* yang paling rendah pada variabel kualitas produk terdapat pada pernyataan yang menyatakan “Tekstur produk Mie Gacoan disajikan dengan lembut” artinya Mie Gacoan harus lebih memperhatikan tekstur dari produknya agar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumennya.
3. Kemudian selanjutnya nilai *loading factor* yang paling rendah pada variabel kualitas layanan terdapat pada pernyataan yang menyatakan “Desain interior di Mie Gacoan sangat menarik” artinya Mie Gacoan harus menata ulang konsep desain interior gerainya sedemikian rupa agar dapat menarik perhatian calon konsumen.
4. Kemudian yang terakhir nilai *loading factor* yang paling rendah pada variabel harga terdapat pada pernyataan yang menyatakan “Mie Gacoan menawarkan harga produk yang terjangkau oleh semua kalangan” artinya Mie Gacoan harus melakukan perhitungan kembali harga jual dari produknya.