

BAB V

PENUTUP

V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari serangkaian penelitian serta uji hipotesis melalui analisis PLS (Partial Least Square) pada pembahasan bab sebelumnya mengenai pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap minat beli Mie instan Sarimi isi 2 studi kasus pada masyarakat Kelurahan Kalisari Jakarta Timur maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a) Variabel Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Artinya, semakin baik citra merek yang dimiliki Sarimi isi 2 semakin tinggi pula Minat Beli konsumen pada mie instan Sarimi isi 2 sejalan dengan pengembangan hipotesis bahwa diduga terdapat pengaruh Citra merek terhadap Minat Beli.
- b) Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Artinya, semakin terjangkau harga mie instan Sarimi isi 2 semakin tinggi juga tingkat Minat Beli konsumen pada mie instan Sarimi isi 2 sejalan dengan pengembangan hipotesis bahwa diduga terdapat pengaruh Harga terhadap Minat Beli.

V.2 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a) Bagi Perusahaan
Peneliti menyarankan agar perusahaan lebih meningkatkan citra merek yang baik pada mie instan Sarimi isi 2 agar tumbuh di benak masyarakat yang juga dapat berdampak pada minat beli , selanjutnya adalah penulis menyarankan agar perusahaan meningkatkan daya saing harga Sarimi isi 2 sehingga dapat meningkatkan minat beli masyarakat.
- b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli masyarakat , misalnya faktor kualitas produk atau iklan. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli.

