



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta dimiliki IBI BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan :

1. Citra merek dari produk Indomie, konsumen setuju dengan butir – butir pertanyaan yang terdapat di kuesioner yaitu Indomie lebih terkenal dibanding produk mie instan lain, Indomie memiliki harga yang relatif terjangkau, Indomie disukai oleh semua kalangan masyarakat, dan Indomie adalah mie instan nomor satu di Indonesia.
2. Konsumen setuju dengan kualitas produk Indomie yang sesuai dengan butir – butir pertanyaan yang terdapat di kuesioner yaitu Indomie memiliki rasa yang enak, Indomie mudah disajikan, dan Indomie memiliki konsistensi rasa yang sama untuk varian yang sama.
3. Konsumen setuju untuk melakukan keputusan pembelian produk Indomie.
4. Terdapat cukup bukti bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Indomie.
5. Terdapat cukup bukti bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Indomie.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan serta hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Perusahaan harus selalu mempertahankan citra merek yang ada pada produk Indomie. Untuk meningkatkan citra merek tersebut, perusahaan dapat melakukan beberapa cara seperti membuat iklan yang lebih menarik bagi konsumen yang menunjukkan bahwa produk Indomie merupakan makanan instan yang aman untuk dikonsumsi.
2. Pada kualitas produk, perusahaan juga harus mampu untuk terus meningkatkan kualitas produknya seperti :
  - a. Mempertahankan varian rasa yang sesuai dengan yang tercantum di label agar keinginan konsumen dapat terpenuhi.
  - b. Mengeluarkan varian rasa baru yang sesuai dengan selera Indonesia.
  - c. Membuat kemasan yang lebih kreatif agar konsumen tertarik untuk membelinya.
3. Pada keputusan pembelian, konsumen sudah memiliki keputusan untuk melakukan pembelian ulang produk Indomie, namun juga masih ada beberapa konsumen yang tidak setuju berkomitmen untuk membeli produk Indomie dalam jangka panjang. Dalam rangka meningkatkan komitmen keputusan pembelian jangka panjang, perusahaan dapat mengadakan program – program *marketing relationship* seperti :
  - a. Membangun ikatan dengan konsumen melalui *event – event* yang turut melibatkan konsumen, misalnya mengadakan lomba memasak mie yang kreatif, mengumpulkan bungkus mie untuk dibuat menjadi suatu barang.
  - b. Melakukan promosi penjualan, misalnya memberikan undian berhadiah.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.