

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan dari penelitian ini maka hasil yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji analisis deskriptif diperoleh bahwa variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek dan keputusan pembelian konsumen mi instan Indomie di Kota Palembang cukup baik.
2. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa instrumen pernyataan untuk variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek valid dan reliabel.
3. Hasil analisis regresi berganda diperoleh variabel persepsi kualitas memiliki pengaruh paling dominan. Namun untuk variabel asosiasi merek memiliki pengaruh paling kecil diantara keempat variabel bebas lainnya terhadap keputusan pembelian konsumen mi instan Indomie di Kota Palembang.
4. Hasil uji F secara simultan keempat variabel bebas yaitu kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek berpengaruh secara bersama – sama terhadap variabel keputusan pembelian konsumen mi instan Indomie di Kota Palembang.

B. Saran

Saran yang diberikan oleh peneliti bagi penelitian selanjutnya yang membahas tema serupa yaitu memperbanyak variabel selain variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek agar gambaran mengenai ekuitas merek dapat lebih spesifik. Selain itu cari tahu lebih luas faktor – faktor lain dalam produk makanan cepat saji.

Saran bagi perusahaan diharapkan mampu meningkatkan faktor – faktor penunjang variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek. Hal ini bisa dilakukan dengan mencari strategi promosi yang lebih kreatif, kegiatan promosi yang lebih sering seperti pemberian diskon atau potongan harga, serta menciptakan varian rasa yang mengikuti tren makanan dengan kemiripan rasa yang hampir mendekati rasa makanan aslinya.

C. Keterbatasan

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel responden yang mengkonsumsi Indomie di WARKOP dan WARMINDO. Penelitian ini akan lebih baik jika sampel yang diambil meliputi seluruh kedai atau tempat makan kelas menengah yang menyediakan Indomie sebagai salah satu menu. Dikarenakan seiring dengan pesatnya persaingan bisnis, ada juga kedai atau tempat makan kelas menengah yang menawarkan mi instan, meski terkadang ada juga yang tidak secara terang – terangan menuliskannya di menu.

2. Responden yang mengkonsumsi Indomie di kota Palembang dalam penelitian ini belum sepenuhnya terjangkau, dikarenakan masih ada WARMINDO dan WARKOP di daerah – daerah perkampungan atau pelosok kota Palembang yang sulit dijangkau sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas lagi.
3. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, sehingga sangat mungkin datanya bersifat subyektif, akan lebih baik bila ditambahkan metode wawancara atau kuisisioner terbuka agar hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.
4. Sebagian besar responden dalam penelitian ini berstatus pelajar atau mahasiswa/i yang tidak pulang saat libur sekolah atau kuliah, akan lebih baik jika menambah jumlah sampel sehingga dapat mencangkup responden dengan status pekerjaan dan usia yang lebih beragam.