

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang sudah dilakukan dan dijabarkan diatas, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Konsumen dalam melakukan keputusan pembelian mie instan Lemonilo dipengaruhi oleh komponen diantaranya yaitu, ^{a)}Harga, mie Lemonilo memiliki harga produk yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang didapatkan, ^{b)}Kualitas Produk, dimana mie Lemonilo memiliki keunggulan produk, daya tahan produk yang baik, dan ciri khas atribut produk, ^{c)}Iklan, mie Lemonilo memiliki iklan yang menimbulkan tindakan untuk membeli produk yang dipromosikan
2. Harga, Kualitas Produk, dan Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie Lemonilo di TOP Swalayan Pare Kediri. Berdasarkan hasil analisis dan uji yang dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa kualitas produk menjadi variabel paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai paling tinggi yaitu sebesar 0,342, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk menjadi variabel paling dominan dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mie Lemonilo di TOP Swalayan Pare Kediri.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan yaitu :

1. Produsen Lemonilo sebaiknya juga memperhatikan keterjangkauan harga pada mie Lemonilo. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian bahwa

indikator keterjangkauan harga juga masih menjadi indikator paling berpengaruh terhadap konsumen.

2. Kepada peneliti selanjutnya disarankan meneliti dengan menggunakan variabel eksogen yang belum diteliti pada penelitian ini. Sehingga hasil penelitiannya nanti mampu melengkapi kekurangan penelitian ini.