

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji pengaruh Pengaruh Persepsi Harga dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Indomie di Surabaya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Persepsi Harga memberikan kontribusi terhadap Keputusan pembelian Indomie di Surabaya. Semakin baik persepsi konsumen terhadap harga maka semakin besar konsumen melakukan keputusan pembelian Indomie di Surabaya
2. Variabel Persepsi Kualitas Produk memberikan kontribusi terhadap Keputusan pembelian Indomie di Surabaya. Semakin bagus kualitas produk maka akan semakin meningkatkan keinginan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian Indomie di Surabaya.

5.2 Saran

Sehubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini beserta hasil dari analisa data yang telah disajikan maka dapat dijelaskan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, antara lain:

1. PT. Indofood CBP selaku Produsen dari Indomie harus senantiasa berusaha menjaga persepsi harga agar sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.

Selanjutnya, Indomie diharapkan dapat meningkatkan persepsi harga dengan kualitas produk yang sesuai agar dapat bersaing dengan produk dari kompetitor. Ketika persepsi harga yang dibentuk oleh Indomie semakin baik, maka dapat meningkatkan keputusan pembelian.

2. Indomie diharapkan dapat mempertahankan keistimewaan tambahan yang ditawarkan yang sudah di miliki, kerana saat ini karena sudah dirasa telah memberikan keunggulan produk yang tidak dimiliki oleh pesaingnya. Diharapkan PT. Indofood CBD selaku produsen dari Indomie selalu melakukan inovasi agar produk selalu memiliki Keistimewaan tambahan dibanding pesaingnya.
3. Penelitian memiliki kekuarangan dan keterbatasan yang perlu diperbaiki pada penelitian selanjutnya. Sebagai pertimbangan dalam penelitian selanjutnya, disarankan agar dapat mencari faktor lain yang belum diteliti seperti Citra Merek, Promosi dan Lokasi dalam penelitian ini yang di duga dapat mempengaruhi hubungan terhadap keputusan pembelian.