

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Bumbu Instan Sajiku di Surya Mart Kabupaten Ponorogo, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Karakteristik konsumen bumbu instan Sajiku di Surya Mart Kabupaten Ponorogo diperoleh sebagian besar berjenis kelamin perempuan, berusia 21-25 tahun, memiliki pendidikan terakhir SMA/Sederajat, sebagai pelajar/mahasiswa, memiliki pendapatan Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 tiap bulan, membeli bumbu instan Sajiku satu kali dalam sebulan, mengeluarkan uang sebesar Rp. 10.000 – Rp. 20.000 untuk pembelian bumbu, membeli 4-6 bungkus setiap satu kali transaksi, dan membeli bumbu instan secara terencana.
2. Penilaian persepsi terhadap kualitas produk bumbu instan Sajiku dan kualitas pelayanan di Surya Mart Kabupaten Ponorogo, konsumen memberikan persepsi yang cukup baik. Hal ini berarti kualitas produk bumbu instan Sajiku dan kualitas pelayanan di Surya Mart Kabupaten Ponorogo berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen.
3. Faktor pribadi, faktor lingkungan sosial, faktor psikologis, dan faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen, selain itu keputusan konsumen juga dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini, oleh karena itu penelitian ini masih belum dapat dikatakan sempurna. Namun dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan gagasan pada peneliti selanjutnya. Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini diantaranya :

### 1. Bagi Perusahaan

Pihak bumbu instan Sajiku sebaiknya memberikan inovasi yang terbaru terhadap bumbu instan Sajiku, terutama pada aspek variasi produk. Meskipun konsumen memberikan persepsi yang baik terhadap kualitas produk, namun beberapa konsumen mengeluhkan bahwa variasi rasa atau pilihan rasa bumbu dari bumbu instan Sajiku tidak sebanyak bumbu instan merek lain. Misalnya dengan menambah varian bumbu untuk masakan Asia seperti bumbu karaage, sup miso, curry rice dan sebagainya, sehingga tidak hanya masakan Nusantara dan bumbu nasi goreng saja.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan menambah lebih banyak variabel faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti harga, promosi, lokasi, atau kualitas produk, sehingga dapat mengetahui lebih banyak mengenai perilaku konsumen. Selain itu juga dapat melakukan penelitian dengan mengurangi jumlah variabel bebas atau melakukan penelitian tiap variabelnya agar mendapatkan hasil penelitian yang beragam.