

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik responden konsumen Pisang Cavendish Sunpride di Kota Surabaya didominasi oleh perempuan berusia muda (20–33 tahun). Sebagian besar bekerja sebagai pegawai swasta dengan berpendapatan Rp3.500.000–Rp5.000.000 dan berdomisili di Surabaya Timur. Mayoritas memiliki kebiasaan konsumsi buah pisang sebanyak 1–2 kali dalam sebulan dengan pengeluaran buah berkisar Rp25.000–Rp50.000.
2. Variabel citra merek dan platform Instagram terbukti secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value* konsumen terhadap produk Pisang Cavendish merek Sunpride. Sementara itu, variabel moderasi *Word of Mouth* (WOM) menunjukkan arah pengaruh yang berbeda, yakni memperlemah hubungan antara citra merek dengan *perceived value*, namun memperkuat hubungan antara platform Instagram dengan *perceived value*.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Sunpride perlu mempertahankan dan memperkuat citra merek positif yang telah terbentuk, khususnya terkait kualitas dan higienitas produk pisang Cavendish, karena hal ini sangat memengaruhi *perceived value* konsumen terhadap produk

tersebut. Di sisi lain, pemanfaatan Instagram perlu lebih aktif dan menarik, misalnya dapat berkolaborasi dengan *influencer*, kampanye testimoni, serta konten buatan pengguna (*user-generated content*) untuk meningkatkan jangkauan dan keterlibatan konsumen. Sunpride juga perlu merespons komentar negatif dengan cepat dan bijak agar citra merek tetap terjaga.

2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan variabel guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif. Sehingga dapat menjelaskan aspek-aspek yang belum terjangkau dalam penelitian sebelumnya.