

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil alat analisis *Partial Least Square* (PLS) untuk menguji pengaruh variabel independen (Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) pada konsumen Sosis So Nice di Surabaya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra Merek terbukti memberikan dorongan yang nyata terhadap keputusan pembelian awal konsumen Sosis So Nice di Surabaya. Semakin baik reputasi merek yang tersimpan di benak konsumen, maka akan semakin besar pula keinginan konsumen untuk mencoba dan membeli Sosis So Nice.
2. Kualitas Produk terbukti memberikan pengaruh yang nyata terhadap keputusan pembelian awal pada konsumen Sosis So Nice di Surabaya. Semakin baik mutu fisik dan kepraktisan produk yang dirasakan konsumen, maka akan semakin kuat pula keyakinan mereka untuk melakukan pembelian produk tersebut.
3. Persepsi Harga memberikan pengaruh yang nyata terhadap keputusan pembelian awal konsumen Sosis So Nice di Surabaya. Semakin konsumen merasa bahwa harga yang ditawarkan wajar dan sepadan, maka keputusan untuk membeli Sosis So Nice akan semakin meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka terdapat beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, antara lain sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pihak PT So Good Food sebaiknya lebih terbuka dan cepat tanggap jika ada konsumen yang menyampaikan keluhan. Perusahaan disarankan untuk tidak bersikap membela diri (defensif), melainkan langsung memberikan solusi yang baik dan jelas. Langkah ini sangat penting untuk mengembalikan dan menjaga kepercayaan masyarakat, terutama setelah adanya isu negatif mengenai produk yang sempat viral.
2. Diharapkan kepada pihak PT So Good Food perlu memperketat pengawasan mutu, terutama saat proses distribusi dan penyimpanan produk di warung atau toko ritel. Tujuannya adalah untuk memastikan fisik sosis tetap bagus, tidak rusak, dan tetap aman dikonsumsi saat sampai di tangan pembeli. Dengan pengawasan yang baik, perusahaan bisa meminimalkan keluhan dari konsumen mengenai sosis yang rusak atau busuk sebelum waktunya.
3. Diharapkan kepada pihak PT So Good Food mempertimbangkan apakah harga yang dibayar sepadan dengan kualitas yang didapat, perusahaan sebaiknya lebih terbuka mengenai komposisi bahan bakunya. Informasi bahan pembuat sosis sebaiknya dicantumkan dengan jelas di kemasan. Dengan transparansi ini, konsumen tidak akan curiga atau ragu lagi terhadap kualitas produk, meskipun harga sosis yang ditawarkan sangat terjangkau.

4. Penelitian ini fokus mengkaji alasan konsumen saat melakukan keputusan pembelian di awal, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menggali faktor-faktor pendukung lainnya. Beberapa hal yang menarik untuk diteliti lebih lanjut antara lain adalah pengaruh rekomendasi dari orang lain (word of mouth), rasa percaya konsumen, atau jaminan keamanan pangan yang mungkin saja memengaruhi niat orang untuk mencoba membeli produk ini pertama kali.