

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis dan pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan berikut ini:

1. Harga tidak berpengaruh dan signifikan terhadap citra merek. Aspek yang paling berpengaruh pada harga yaitu kesesuaian harga dengan kualitas produk dan yang paling lemah yaitu kesesuaian harga dengan manfaat produk.
2. Cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek.
3. Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie instan indomie melalui citra merek oleh mahasiswa manajemen angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie instan indomie melalui citra merek oleh mahasiswa manajemen angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro.
5. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie instan indomie oleh mahasiswa manajemen angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dilaksanakan, peneliti mempunyai beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa yang akan melakukan keputusan pembelian sebaiknya mempertimbangkan harganya sesuai dengan kualitas atau tidak.
2. Mahasiswa yang akan melakukan keputusan pembelian produk makan sebaiknya memilih produk yang memiliki cita rasa yang enak dan sesuai.
3. Mahasiswa yang akan melakukan keputusan pembelian sebaiknya mempertimbangkan citra merek dari barang atau produk tersebut agar tidak terjadi kekecewaan.
4. Untuk peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi terkait dengan penelitian terdahulu yang relevan.