

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan Hasil pembahasan yang telah diuraikan pada bab IV mengenai “Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo pada masyarakat Kota Madiun” penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 347 responden dengan karakteristik responden diatas 17 tahun, berdomisili di Kecamatan Kartoharjo, Kecamatan Manguharjo, dan Kecamatan Taman serta yang sudah pernah membeli produk mie lemonilo
2. Hasil Analisis pengukuran variabel dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:
 - a) *Brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie lemonilo pada masyarakat Kota Madiun.
 - b) *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie lemonilo pada masyarakat kota Madiun
 - c) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie lemonilo pada masyarakat kota Madiun
 - d) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie lemonilo pada masyarakat kota Madiun
 - e) *Brand ambassador*, *brand image*, kualitas produk, dan harga secara bersamaan atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie lemonilo pada masyarakat kota Madiun.

B. Implikasi dan Saran

1. Implikasi

Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting bagi strategi pemasaran Mie Lemonilo. Pertama, pemilihan *brand ambassador* yang tepat dapat meningkatkan daya tarik produk secara signifikan. *Brand image* yang positif serta kualitas produk yang konsisten perlu terus dipertahankan dan diperkuat untuk menjaga kepuasan konsumen. Selain itu, strategi penetapan harga yang kompetitif harus dipertimbangkan untuk menjaga daya saing di pasar.

2. Saran

a. Saran untuk Perusahaan Mie Lemonilo

- 1) Perusahaan harus terus memastikan untuk memakai *brand ambassador* yang mempertahankan citra positif *brand* dan menyampaikan pesan produk dengan jelas.
- 2) Perusahaan diharapkan memastikan kualitas produk tetap konsisten dengan mempertahankan bahan-bahan berkualitas tinggi dan kemasan yang menarik. Inovasi dalam desain dan kemasan juga perlu dipertimbangkan untuk memenuhi harapan konsumen.
- 3) Perusahaan diharapkan harus terus menjaga harga yang terjangkau tanpa mengorbankan kualitas untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan loyalitas terhadap merek.

b. Saran untuk Konsumen

- 1) Konsumen diharapkan memanfaatkan informasi yang tersedia tentang manfaat kesehatan dari Mie Lemonilo untuk membuat keputusan pembelian yang lebih informasional.
- 2) Konsumen disarankan untuk memberikan umpan balik yang membangun mengenai produk untuk membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas dan layanan.

c. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

- 1) Penelitian selanjutnya dapat mengeksplor faktor-faktor tambahan yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti kualitas pelayanan dan *brand awareness* secara lebih mendalam.
- 2) Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih luas dan beragam untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di berbagai wilayah.
- 3) Peneliti selanjutnya disarankan menggunakan teknik Analisis lain seperti Analisis jalur untuk mengkaji hubungan antara berbagai variabel secara lebih mendalam dan terperinci.