

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap data penelitian dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen dengan keputusan pembelian mie instan Lemonilo memiliki hubungan positif yang signifikan. Korelasi ini memiliki arti bila semakin tinggi skor kepercayaan konsumen, maka semakin tinggi skor keputusan pembelian mie instan Lemonilo. Begitu pula sebaliknya bila semakin rendah skor kepercayaan konsumen maka skor keputusan pembelian mie instan Lemonilo akan semakin rendah juga. Berdasarkan hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis sebelumnya yang menyatakan terdapat hubungan positif antara kepercayaan konsumen dengan keputusan pembelian mie instan Lemonilo dapat diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan hasil diperoleh maka perusahaan dapat memanfaatkannya sebagai upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian mie instan Lemonilo. Perusahaan dapat berupaya untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen sebagai salah satu cara untuk meningkatkan keputusan pembelian mie instan Lemonilo juga. Konsumen yang memiliki kepercayaan yang tinggi pada produk dan perusahaan besar kemungkinan dapat meningkatkan keputusan pembelian pada mie instan

Lemonilo. Hal ini dapat dilakukan perusahaan dengan menghasilkan produk mie instan Lemonilo terbaik pada konsumen dan menjaga kualitasnya agar tetap baik, dapat juga dilakukan promosi dengan cara yang lebih menarik dan lebih sering lagi melalui berbagai platform, atau dengan menunjuk tokoh terkenal dan memiliki *image* yang sesuai untuk menjadi *brand ambassador* sehingga kepercayaan konsumen dapat meningkat pada produk dan konsumen dapat menetapkan pilihannya untuk melakukan pembelian mie instan Lemonilo.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang memiliki minat untuk melakukan penelitian yang sejenis atau mengembangkan penelitian dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan referensi ataupun pembanding. Kemudian dapat mempertimbangkan berbagai faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian. Selain itu kriteria usia subjek yang digunakan dalam penelitian rentang usianya dapat diperluas lagi atau tidak perlu dibatasi sehingga dapat melibatkan seluruh konsumen mie instan Lemonilo dari semua kalangan sebagai konsumen.