

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan dengan menyebarkan angket (kuesioner) sebanyak 92 buah dengan menggunakan metode distribusi frekuensi mengenai 8 faktor dominan yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan. Dapat diambil kesimpulan, bahwa dari 26 variabel yang menjadi faktor pertimbangan bagi Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang dalam pengambilan keputusan.

Terdapat 8 faktor yang paling dominan, yaitu: faktor kelompok rujukan memiliki frekuensi 69 (75%) yaitu semakin banyak produk tersebar, maka akan semakin mudah konsumen untuk mendapatkannya. Faktor halal yaitu telah mendapat sertifikat halal oleh MUI memiliki frekuensi 49 (53,26%). Faktor kesesuaian harga dengan manfaat mie instan merek mie sedaap memiliki frekuensi 47 (51,08%). Faktor sudah terbiasa mengkonsumsi mie instan merek mie sedaap memiliki frekuensi 49 (53,26%). Faktor mudah dijangkau memiliki frekuensi 38 (41,30%), artinya untuk mendapatkannya tidak sulit, mudah dijumpai, dan hampir setiap toko-toko menjual mie instan merek mie sedaap. Faktor iklan yang ada di televisi, iklan diperoleh melalui situs internet tentang mie instan merek mie sedaap sangat banyak dijumpai memiliki frekuensi 35 (38,04%). Faktor kualitas produk mie instan merek mie sedaap memiliki frekuensi 33 (35,86%). Faktor motivasi memiliki frekuensi 35 (38,04%) artinya untuk memuaskan keinginan mengkonsumsi mie instan merek mie sedaap.

B. Saran

Dari hasil penelitian dan didasarkan pada kesimpulan yang ada maka dapat dikemukakan beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Hendaknya mie instan merek mie sedaap mempertahankan kualitas mie instan saat ini dan jika memungkinkan hendaknya meningkatkan kualitas mie instan yang diberikan, sehingga konsumen akan merasa puas atau bahkan sangat puas terhadap kualitas dari merek produk mie sedaap dan lebih bersedia untuk orang lain sehingga pangsa pasar akhirnya dapat bertambah dan penjualan produk meningkat.
- 2) Bagi perusahaan agar dapat mempermudah jalannya yang menyangkut dengan mie instan merek mie sedaap agar yang sudah terbentuk dapat berjalan lancar sesuai dengan semestinya.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya supaya dapat memperbandingkan penelitian yang lebih lanjut dengan menggunakan metode dan sampel yang berbeda sehingga bisa menganalisis dan melihat faktor-faktor kelemahan yang ada dalam penelitian ini.