

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan regresi linear sederhana, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran nama merek mie instan goreng Supermi Seri Go secara umum sudah cukup baik dan berada dalam kategori sedang. Dimensi dari nama merek yang memiliki skor paling tinggi adalah berdasarkan nama dibandingkan dengan simbol dan slogan. Nama disini adalah pengenalan nama merek, kemudahan mengingat nama merek, daya tarik nama merek, dan kemudahan pengucapan nama merek. Sedangkan dimensi dari slogan yang memiliki skor paling rendah dibandingkan dengan dimensi lainnya adalah simbol.
2. Gambaran proses keputusan pembelian mie instan goreng Supermi Seri Go secara umum sudah cukup baik dan berada dalam kategori sedang. Dimensi dari proses keputusan pembelian yang memiliki skor paling tinggi adalah berdasarkan pemilihan produk dibandingkan dengan pemilihan merek, pemilihan saluran distribusi, penentuan waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Sedangkan dimensi yang memiliki skor paling rendah dibandingkan dengan dimensi lainnya adalah jumlah pembelian.

3. Nama merek memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian dengan tingkat korelasi sedang atau cukup yaitu sebesar 0,413. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nama merek mie instan goreng Supermi Seri Go maka akan semakin tinggi pula proses keputusan pembelian dari responden mie instan goreng Supermi Seri Go.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai nama merek yang dapat meningkatkan proses keputusan pembelian, yaitu :

1. Penerapan nama merek yang telah dilakukan mie instan goreng Supermi Seri Go secara menyeluruh memiliki pengaruh yang cukup signifikan dan dikategorikan sedang pengaruhnya terhadap proses keputusan pembelian, tetapi ada beberapa hal yang perlu dilakukan perbaikan yaitu dari segi warna simbol harus lebih menarik lagi.
2. Upaya meningkatkan proses keputusan pembelian mie instan goreng Supermi Seri Go adalah mengenai saluran distribusi harus lebih memasuki ke wilayah konsumen. Karena dengan kemudahan memperoleh akan membuat konsumen lebih mempertimbangkan untuk melakukan proses keputusan pembelian.
3. Hasil penelitian menyatakan bahwa nama merek mie instan goreng Supermi Seri Go berpengaruh positif dalam proses keputusan pembelian, maka peneliti merekomendasikan agar perusahaan tetap menjaga,

mempertahankan dan meningkatkan kembali kualitas produk mie instan goreng Supermi Seri Go dengan inovasi agar meningkatkan proses keputusan pembelian. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar untuk dilakukannya penelitian lain mengenai nama merek tetapi dengan indikator serta objek yang berbeda.

4. Sebagai bahan rekomendasi bagi perusahaan dalam meningkatkan nama merek dalam menjangkau konsumen, sebaiknya melakukan saluran distribusi yang lebih baik lagi sampai ke wilayah-wilayah untuk menarik konsumen.

