

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh program bauranpromosi terhadap proses keputusan pembelian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara deskriptif pelaksanaan program bauran promosi yang terdiri dari *advertising, sales promotion, public relation, dan direct marketing* dinilai cukup tinggi oleh konsumen Chicken Story cabang Pondok Indah Mall. Subvariabel yang terlihat sangat baik adalah pada dimensi *sales promotion*, sedangkan yang mendapatkan penilaian yang kurang baik adalah pada dimensi *direct marketing*. Indikator yang paling baik pada dimensi *sales promotion* adalah pada item tanggapan Anda mengenai daya tarik pemberian diskon berupa paket makanan, sedangkan indikator yang memiliki skor terendah adalah pada dimensi *direct marketing* tingkat ketepatan pelaksanaan kontak SMS dari Chicken Story.
2. Untuk proses keputusan pembelian produk Chicken Story berdasarkan tanggapan konsumen menunjukkan proses keputusan pembelian produk Chicken Story termasuk dalam kategori sedang. Hal ini dapat dilihat dari penilaian proses keputusan pembelian yang terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku paska pembelian. Lebih detailnya diperoleh hasil bahwa item yang mendapat respon paling baik adalah kebutuhan untuk membeli produk

Chicken Story dipengaruhi keinginan diri sendiri yang merupakan dari dimensi pengenalan kebutuhan dan respon yang dinyatakan belum terlalu baik adalah pada item frekuensi melakukan pembelian Chicken Story yang Anda lakukan dalam sebulan yang merupakan dari dimensi keputusan pembelian.

3. Secara verifikatif berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan program bahwa bauran promosi yang terdiri dari *advertising, sales promotion, public relation, dan direct marketing* berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian produk Chicken Story.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan temuan yang telah dihasilkan, maka penulis menyatakan hal-hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan manfaat dan menjadi masukan bagi industri makanan dan minuman khususnya bagi Restoran cepat saji Chicken Story dalam hal ini dalam meningkatkan kinerja program bauran promosi dan menciptakan proses keputusan yaitu sebagai berikut:

1. Program bauran promosi yang telah dilakukan oleh PT Prime Restaurant Indonesia dengan menu masakan yang disajikan Chicken Story sebagai produknya masih kurang maksimal terutama pada dimensi *direct marketing* mengenai aktivitas komunikasi melalui SMS antara produsen ke konsumen, dalam hal ini Chicken Story hanya memberikan informasi yang intens hanya pada saat pertama kali dipasarkan saja, hal ini perlu dilakukan secara terus

menerus agar terdapatnya hubungan dua arah antara produsen dan konsumen. Pemilihan perusahaan untuk melaksanakan program dimensi *direct marketing* melalui SMS yang hanya dilakukan hanya pada pelanggan Esia dan XL sebaiknya mempertimbangkan untuk lebih melakukan kerja sama lagi dengan perusahaan provider *sim card* lainnya, yang dimaksudkan agar para pelanggan provider *sim card* lainnya dapat merasakan manfaat dari program *direct marketing* ini.

2. Hasil penelitian pada proses keputusan pembelian produk Chicken Story dikategorikan sedang, namun pada dimensi keputusan pembelian pada frekuensi melakukan pembelian Chicken Story yang Anda lakukan dalam sebulan masih kurang maksimal, hal ini dikarenakan para konsumen Chicken Story masih dikatakan belum menjadi konsumen yang loyal. Oleh karena itu perusahaan harus terus menerus meningkatkan kualitas dengan cara memaksimalkan pelayanan, memperluas kenyamanan tempat, mempertahankan rasa, dan mempertimbangkan harga yang tepat agar terjangkau pada semua kalangan konsumen.
3. Program bauran promosi terhadap proses keputusan pembelian produk Chicken Story memperlihatkan pengaruh yang signifikan. Hal ini memberikan gambaran pada perusahaan untuk meningkatkan kinerja program bauran promosi jika ada permasalahan dalam proses keputusan pembelian. Mengingat banyaknya persaingan dengan perusahaan Restoran cepat saji lainnya yang semakin meningkat, maka hendaknya perusahaan meningkatkan frekuensi promosi secara maksimal.

4. Untuk penelitian selanjutnya, dapat mengkaji lebih jauh mengenai bauran promosi lainnya seperti *event and experiences*, *interactive marketing*, *personal selling*, dan *word of mouth*. Hal tersebut dikarenakan masih banyak unsur dari bauran promosi yang harus dievaluasi oleh perusahaan agar terciptanya proses keputusan pembelian. Untuk itu perusahaan dapat mencoba menggunakan unsur bauran promosi lainnya yang dapat menjadi faktor yang mempengaruhi proses keputusan pembelian produk Chicken Story yaitu *event and experiences*, *interactive marketing*, *personal selling*, dan *word of mouth marketing* dapat menjadi suatu pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

