

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian makanan Cepat saji *Texas Chicken* (survey pada pembeli pada makan cepat saji makanan *Texas Chicken* di BIP) menghasilkan beberapa kesimpulan, diantaranya:

1. Periklanan *Texas Chicken* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. sehingga menghasilkan skor pada tingkat “sangat tinggi”. Indikator yang mendapat nilai tertinggi yaitu 32,21% .
2. Promosi penjualan *Texas Chicken* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. sehingga menghasilkan skor yaitu 32,01%.
3. Pengaruh periklanan dan promosi penjualan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian makana cepat saji *Texas Chicken* memiliki tingkat pengaruh positif dan signifikan dan Dari analisis diatas dapat dilihat bahwa variabel X (Periklanan dan Promosi Penjualan) mempunyai pengaruh terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 64,2% sedangkan sisanya sebesar 35,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang diabaikan penulis.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat, maka saran yang dapat penulis ajukan adalah:

1. Untuk periklanan, pengguna *Texas Chicken* menilai bahwa frekuensi iklan masih jarang di beberapa media, sehingga mereka beranggapan bahwa perlu adanya peningkatan intensitas iklan di beberapa media, terutama media televisi yang merupakan media yang paling disukai kaum *Texas Chicken*. Selain itu, pembeli *Texas Chicken* juga masih beranggapan bahwa waktu pemasangan iklan-iklan *Texas Chicken* masih kurang tepat, sehingga masih perlu dibenahi lagi pemasangan iklan pada waktu yang tidak perlu.
2. Untuk promosi penjualan secara keseluruhan bentuk-bentuk yang ditawarkan disukai oleh pembeli. Hal ini terbukti dengan besarnya animo mereka terhadap program yang ditawarkan. Bentuk promosi penjualan yang perlu terus dikembangkan adalah paket hemat, karena bentuk ini menjadi pilihan favorit Pembeli *Texas Chicken*. Sedangkan bentuk yang kurang mendapat apresiasi adalah undian berhadiah, sehingga perlu ditinjau ulang mengenai manfaat bentuk ini bagi *Texas Chicken* secara keseluruhan terhadap program pemasaran yang ada.
3. Dari hasil penelitian yang secara keseluruhan, pengaruh dari periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembeli makanan cepat saji *Texas Chicken* adalah tinggi, sehingga perlu adanya kajian lanjutan yang lebih mendalam tentang ini selain itu,

pengaruh variable residu yang tidak dikaji dalam penelitian ini masih cukup besar. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar PT. Selera Murni - Indonesia sebagai produsen dari *Texas Chicken* Indonesia mengidentifikasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian makanan cepat saji *Texas Chicken*. Hal tersebut dapat dilakukan melalui dua riset, yaitu : **Pertama**, riset pasar untuk mengetahui faktor apa yang menjadi kebutuhan utama pembeli tentang makanan cepat saji, Dan; **Kedua**, riset produk untuk menjadikan makanan cepat saji *Texas Chicken* tetap sebagai pelopor dalam sektor *fastfood*. Kedua riset tersebut juga digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan pembeli makanan cepat saji di masa yang akan datang.

