

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pengolahan data pada penelitian tentang Pengaruh saluran distribusi (*delivery service, drive thru, eat-in*) dan biaya promosi terhadap volume penjualan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel saluran distribusi dengan dimensi McDonald *delivery service* terhadap volume penjualan di restoran McDonald se-kota Bogor.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel saluran distribusi dengan dimensi *drive thru* terhadap volume penjualan di restoran McDonald se-kota Bogor.
3. Terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan antara variabel *eat-in* terhadap volume penjualan di restoran McDonald se-kota Bogor.
4. Terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan antara variabel biaya promosi terhadap volume penjualan di restoran McDonald se-kota Bogor.
5. Hasil analisis secara simultan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel saluran distribusi dengan dimensi *mcdonald delivery service, drive thru, eat-in* dan biaya promosi terhadap volume penjualan di restoran McDonald se-kota Bogor.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis mengajukan saran sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan (McDonald se-kota Bogor)

- a. Restoran McDonalds se-kota Bogor ini sebaiknya memiliki program untuk meningkatkan saluran distribusi *eat-in* dengan cara memberikan hadiah (*reward*) , voucher, dan kegiatan promosi lainnya kepada para pengunjung restoran, agar lebih menarik minat konsumen untuk makan di restoran,dan dapat meningkatkan penjualan.
- b. Restoran McDonald sebaiknya lebih menetapkan tujuan biaya promosi setiap bulannya agar tepat sasaran kepada para masyarakat, dan sebaiknya promosi yang dilakukan lebih menarik, agar banyak masyarakat yang tertarik untuk datang ke restoran.

2. Bagi Peneliti lain

Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada McDonald se-kota Bogor selain saluran distribusi dan promosinya. Di samping itu perlu dilakukan penelitian yang serupa dengan objek penelitian yang berbeda pada restoran McDonald daerah lainnya serta para pesaing yang ada di sekitar restoran. Agar dapat mengambil kesimpulan secara menyeluruh mengenai saluran distribusi dan promosi pada perusahaan McDonald serta pesaing yang ada di sekitar restoran McDonald.