

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 68,959 + 0,321X_1 + 0,244X_2 - 1,062X_3 + e$$

Yang berarti :

- a. Konstanta sebesar 68,959 dapat diartikan bahwa Y akan bernilai sebesar 68,959 pada saat  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  bernilai nol (tidak ada).
  - b. Koefisien regresi  $X_1$  sebesar 0,321 menyatakan bahwa kenaikan satu kesatuan  $X_1$  akan menaikkan Y sebesar 0,321.
  - c. Koefisien regresi  $X_2$  sebesar 0,244 menyatakan bahwa kenaikan satu kesatuan  $X_2$  akan menaikkan Y sebesar 0,244.
  - d. Koefisien regresi  $X_3$  sebesar -1,062 menyatakan bahwa kenaikan satu kesatuan  $X_3$  akan menurunkan Y sebesar 1,062.
2. Diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,172 yang berarti variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  menjelaskan pengaruh terhadap variabel Y sebesar 17,2% ( $R^2 \times 100\%$  ;  $0,172 \times 100\% = 17,2\%$ ) sedangkan sisanya 82,8% ( $100\% - R^2$ ) dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian ini.
  3. Setelah dilakukan uji hipotesis secara simultan (uji - F), variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Y.
  4. Setelah dilakukan uji hipotesis secara parsial (uji - t), variable  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Y

#### 1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. KFC harus menyediakan makanan yang baik untuk para konsumen dikarenakan berdasarkan hasil olah data kuesioner yang menyatakan bahwa sebagian besar konsumen menyatakan aktivitas mereka tinggi yaitu sebesar 50,60%. Maka dari itu, pihak KFC haruslah menjaga kualitas produknya dan mempercepat proses pembelian agar aktivitas konsumen yang padat tersebut bisa teratur jadwalnya.

2. KFC harus memproduksi lebih banyak variasi produk yang akan ditawarkan kepada konsumen, karena kebanyakan dari konsumen tersebut sering datang membawa teman-temannya dan keluarganya, jarang konsumen tersebut datang sendiri. Berdasarkan hasil olah data kuesioner, konsumen mempunyai minat yang sedang sebesar 60,24%. Pihak KFC hendaknya juga memberikan harga yang terjangkau kepada para konsumen yang datang dan memperkenalkan makanan atau minuman yang baru.
3. KFC harus cepat memberikan solusi sebaik mungkin kepada konsumen yang ingin membeli produk KFC, dan jangan sampai konsumen tersebut memiliki pendapat yang terlalu banyak dipikirkannya. Karena apabila terlalu banyak pengaruh yang datang padanya akan semakin sulit konsumen tersebut memutuskan untuk membeli produk KFC tersebut. Berdasarkan hasil olah data kuesioner, konsumen memberikan tanggapan yang baik sebesar 63,86%. KFC hendaknya tetap menjaga pendapat konsumen tentang produk KFC tetap baik atau ditingkatkan lebih baik lagi.
4. KFC harus selalu mempertahankan dan memperbaiki setiap sisi terhadap apa yang akan konsumen tersebut perhatikan. Berdasarkan hasil olah data kuesioner, konsumen memutuskan untuk membeli produk KFC cenderung tinggi sebesar 95,18%.
5. Bagi peneliti lain yang tertarik meneliti tentang variabel aktivitas, minat, dan pendapat diharapkan dapat meneruskan dan mengembangkan penelitian ini dengan menambah faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian. Karena sebanyak 82,8% keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor lain diluar faktor aktivitas, minat, dan pendapat. Adapun faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti : harga, promosi, kualitas produk, strategi penjualan, citra merek, kepuasan konsumen, dan lain-lain. Dengan adanya kelanjutan dari penelitian ini diharapkan mampu mendapatkan hasil yang lebih baik terhadap keputusan pembelian produk KFC.