

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian di restoran cepat saji McDonald's Lodaya Bogor yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian di restoran cepat saji McDonald's Lodaya Bogor.
2. Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian di restoran cepat saji McDonald's Lodaya Bogor.
3. Terdapat pengaruh antara promosi terhadap keputusan pembelian di restoran cepat saji McDonald's Lodaya Bogor.
4. Terdapat pengaruh secara simultan antara citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian di restoran cepat saji McDonald's Lodaya Bogor.

B. Saran

1. McDonald's Lodaya harus mempertahankan kualitas produknya agar konsumen dapat meyakini bahwa MCD Lodaya mempunyai kualitas produk yang baik dan tidak ada keraguan dari konsumen, sehingga

konsumen akan setia / loyal terhadap produk dan perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal dan memuaskan.

2. McDonald's Lodaya diharapkan untuk lebih meningkatkan kegiatan promosinya, terutama untuk promo-promo seperti potongan agar lebih menarik konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas lagi obyek penelitian, bukan hanya citra merek, kualitas produk, dan promosi saja sehingga dapat menambah informasi lebih lengkap lagi tentang variabel apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian di McDonald's Lodaya Bogor.