

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan data-data yang dikumpulkan, disampaikan, dan dipergunakan dengan menerapkan metode-metode statistik yang telah dipilih untuk dapat mengujikan hipotesis yang disampaikan, maka sampai simpulan dari penelitian ini yaitu:

1. Keempat variabel yang diujikan yaitu kualitas makanan, harga, hadiah, dan iklan mempengaruhi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen Paket Ekonomis *Texas Chicken* di Surabaya. Berarti bahwa keempat variabel diatas memiliki pengaruh terhadap konsumen yang berusia 15 – 25 tahun dalam mengambil keputusan pembelian Paket Ekonomis *Texas Chicken*.
2. Keempat variabel penelitian tersebut hanya memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Paket Ekonomis *Texas Chicken* yang berusia 15 – 25 tahun sebesar 6,3% saja, sehingga bagian terbesar 93,7% dari pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Paket Ekonomis *Texas Chicken* yang berusia 15 – 25 tahun bukan berasal dari keempat variabel penelitian.

paketnya sehingga konsumen *Texas Chicken* merasa bahwa harga yang mereka bayarkan sesuai untuk Paket Ekonomis tersebut.

2. Hadiah yang diberikan *Texas Chicken* saat ini lebih berupa mainan. Hal ini dapat dimaklumi karena *Texas Chicken* ingin pula mengolah segmen konsumen anak-anak setelah pesaing mereka melakukan hal yang sama, namun perlu pula diberikan untuk konsumen remaja-dewasa mengingat jumlah konsumen inilah yang banyak melakukan konsumsi pada restoran *Texas Chicken*. Misalnya, hadiah tersebut dapat berupa pemberian kupon diskon atau tiket nonton gratis (*freepass*) atau hal-hal lain yang kreatif. Sehingga konsumen remaja-dewasa pun menjadi pasar yang dapat dipertahankan dan pasar yang masih dapat ditingkatkan.
3. Pada analisis statistik, iklan memberikan pengaruh yang negatif terhadap keputusan pembelian. Jika ditilik bentuk promo iklan *Texas Chicken*, selama ini hanya menampilkan hadiah-hadiah mainan dari Paket Ekonomisnya sehingga kemungkinan besar tidak membuat konsumen yang bukan anak-anak menjadi tertarik terutama pada penelitian ini. *Texas Chicken* dapat membuat beberapa promo iklan yang berbeda-beda baik untuk anak-anak maupun remaja-dewasa sehingga dapat menarik beberapa segmen sekaligus. Selain itu iklan *Texas Chicken* sendiri tergolong sangat jarang tampil di televisi. Penampilan yang cukup rutin dan bentuk promo yang menarik tentunya akan dapat menarik minat konsumen maupun calon konsumen.

4. Kualitas makanan. Saat ini bahan baku ayam berasal dari ayam potong lokal, meskipun sepintas tidak berbeda namun cita rasa ayam olahan *Texas Chicken* tetap harus dapat dipertahankan. Karena kualitas makanan dalam penelitian ini memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian konsumen.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Arcana, Nyoman, 1996. **Pengantar Statistika II untuk Ekonomi Bagian Inferensial**, Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala.
- Assael, Henry, 1995. **Consumer Behavior and Marketing Action**, Fifth Edition, Cincinnati, Ohio: South Western College Publishing.
- Berkowitz, Kerin, and Rudelius, 1992, **Marketing**, Third Edition, Irwin D. Richard Inc.
- Foster, W. Douglas, 1981, **Principles of Marketing**, Terjemahan, Cetakan Ketiga, Penerbit: Erlangga Jakarta.
- Engel, James F., Gordon D. Blackwell and Paul W. Miniard, 1995, **Consumer Behavior**, Eight Edition, Hinsdale, Illinois: The Dryden Press.
- Hermeindito, SE., MM dan Siprianus S. Sina., SE., MM, 1998, **Aplikasi SPSS for Windows untuk Riset Ilmu Sosial**, Lembaga Penelitian Unika Widya Mandala, Surabaya.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 1996. **Principles of Marketing**, Seventh Edition, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Kotler, Philip, 1991, **Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control**, Seventh Edition, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Murdianto, Prof. Dr. Kumpulan Materi Perkuliahan Statistika II yang disampaikan dalam perkuliahan.
- Swastha, Basu D.H dan T. Hani Handoko, 1982, **Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen**, Edisi Pertama, Yogyakarta: Penerbit Liberty.