



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh unsur-unsur bauran promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen Kentucky Fried Chicken di Mall Kelapa Gading 5, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Periklanan yang dibuat KFC berhasil membuat konsumen *aware* akan adanya iklan yang diadakan dan dapat menarik perhatian sehingga menimbulkan minat pada konsumen untuk melakukan tindakan pembelian.
2. Promosi penjualan yang diadakan oleh KFC berhasil menarik perhatian dan menimbulkan minat untuk melakukan pembelian.
3. Hubungan masyarakat yang diadakan KFC mampu menarik antusiasme, serta mendapat reaksi positif dari media cetak maupun dari media elektronik.
4. Citra merek KFC yang tertanam di benak konsumen sudah baik. Hal ini dilihat dari pernyataan konsumen yang menyatakan setuju untuk semua sub-variabel pembentuk citra merek.
5. Secara bersama-sama unsur-unsur bauran promosi (periklanan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat) dan citra merek memengaruhi keputusan pembelian.
6. Periklanan KFC tidak terbukti memengaruhi keputusan pembelian konsumen.
7. Promosi penjualan KFC tidak terbukti memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



8. Hubungan masyarakat KFC tidak terbukti memengaruhi keputusan pembelian

konsumen.

9. Citra merek KFC terbukti memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## B. Saran

Berdasarkan keseluruhan pembahasan yang telah dibuat dalam penelitian, maka penulis ingin mengajukan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi KFC, yaitu sebagai berikut :

1. KFC sebaiknya mengevaluasi kembali periklanan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan.
2. Perusahaan harus lebih gencar dalam melakukan kegiatan-kegiatan promosinya. Dapat juga dilakukan dengan menayangkan iklan berbagai event yang akan diadakan oleh KFC ke berbagai media, agar masyarakat dapat mengetahuinya dan dapat ikut berpartisipasi. Selain itu, KFC dapat meningkatkan efektifitas website nya, sehingga dapat selalu update dalam memberikan informasi kepada konsumen.
3. Berdasarkan hasil penelitian, citra merek KFC sudah terbentuk dengan baik di mata para konsumennya. Hal ini menunjukkan keberhasilan KFC dalam membentuk citra merek yang baik di mata konsumennya. Hendaknya keberhasilan ini terus dipertahankan dan ditingkatkan lagi oleh manajemen KFC. Dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas produk, kualitas layanan dan kebersihan di dalam KFC.
4. Untuk penelitian selanjutnya, dapat melakukan penelitian mengenai kualitas layanan KFC.