

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan dijelaskan pada bab sebelumnya, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh Strategi *Co-Branding* (X1) secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk dari restoran cepat saji McDonald's di Sunter. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin baik Strategi *Co-Branding* yang dilakukan oleh McDonald's akan mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen.
2. Terdapat pengaruh *Customer Experience* (X2) secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk dari restoran cepat saji McDonald's di Sunter. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin baik *Customer Experience* yang dilakukan oleh McDonald's akan mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti ingin memberikan beberapa saran yakni sebagai berikut:

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Bagi Perusahaan

- C** a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata responden pada variabel Strategi *Co-Branding* berada dalam rentang setuju terhadap Strategi *Co-Branding* yang dilakukan oleh McDonald's. McDonald's diharapkan dapat lebih sering membuat produk kolaborasi dengan *brand*/merek yang terkenal sehingga rasa antusias yang dirasakan oleh konsumen akan semakin besar sehingga dapat lebih memaksimalkan tingkat Keputusan Pembelian para konsumen.
- b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata responden pada variabel *Customer Experience* berada dalam rentang setuju terhadap *Customer Experience* yang dilakukan oleh McDonald's. McDonald's diharapkan dapat lebih baik lagi dalam memberikan inovasi pelaksanaan *Customer Experience* seperti membuat berbagai fitur baru dan memperbaiki aplikasi McDonald's sehingga para konsumen semakin relevan/*relate* ketika sedang membahas produk McDonald's sehingga dapat lebih memaksimalkan tingkat Keputusan Pembelian para konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih detil dan spesifik dalam membuat indikator pernyataan kuesioner. Pernyataan dalam kuesioner dibuat dengan kalimat yang lebih mudah dipahami dan mendalam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.