

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada judul penelitian, pokok dari permasalahan, tujuan penelitian, rumusan hipotesis dan juga pembahasan dari hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian KFC di Surabaya
2. Promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian KFC di Surabaya
3. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian KFC di Surabaya

5.2 Keterbatasan Penulis

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, terdapat keterbatasan pada penelitian ini, berikut penjelasannya :

1. Dalam mencari responden peneliti cukup kesusahan karena adanya kriteria responden yang berdomisili di Surabaya yang harus terpenuhi agar data bisa segera digunakan dan diolah data. Selain itu cukup banyak responden yang mengabaikan kuisioner yang sudah disebarakan sehingga proses pengambilan data memerlukan waktu yang cukup Panjang.
2. Pada saat proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuisioner terkadang sering tidak menunjukkan jawaban responden yang sesungguhnya, hal ini dimungkinkan terjadi karena adanya perbedaan pemikiran dan pemahaman yang berbeda tiap respondennya, dan juga faktor lainnya seperti

tingkat kejujuran responden dan kesiapan responden dalam mengisi kuisioner yang kurang.

5.3 Saran

Peneliti dapat memberikan saran sebagai masukan kepada berbagai pihak yang menggunakan penelitian ini sebagai referensi selanjutnya yaitu

1. Dari Harga yang telah ditawarkan oleh KFC di Surabaya dalam hal spesifik agar ditingkatkan lagi dan dapat menarik minat konsumen melakukan keputusan pembelian.
2. Dari segi Promosi Penjualan sebaiknya KFC di Surabaya lebih meningkatkan promosi iklan mulai dari iklan dalam bentuk fisik di sekitar wilayah kota Surabaya, maupun di media sosial sehingga melakukan keputusan pembelian.
3. Dari segi Kualitas Layanan, KFC di Surabaya harus memberikan effort yang lebih terhadap konsumen sehingga konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan sehingga melakukan keputusan pembelian di lain waktu.
4. Pada penelitian selanjutnya sebaiknya bisa mengangkat topik keputusan pembelian selain obyek KFC di Surabaya dan memperbanyak jumlah data responden yang diolah.
5. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel yang berbeda dari penelitian ini dan tentunya dapat mempengaruhi sebuah variabel keputusan pembelian.
6. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas wilayah obyek penelitiannya tidak hanya di Surabaya bisa dikota lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y. I. (2020). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KFC DI KOTA BENGKULU. Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol.15(1). No. 95-107.
- Agustina, N. A., & Wijayanti, B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Roti Aloha Perumahan Gunung Kidul Kabupaten Jember) 2528-0570. *Jurnal Penelitian Ipteks*, Vol.3 No.2(2), 186–196.
- Ardista, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor*. Vol 6(1). No. 38–49.
- Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh City Branding “a Land of Harmony” Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, Vol. 3(3). No. 67–75. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>
- Boediono, M., Christian, S., & Immanuel, D. M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*. Vol. 3(April), No.1–10.
- Fakhri, R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Cv. Lautan Rezeki Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, Vol. 11(3). No. 255–261.
- Gandhy, A. (2018). *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik ANALYSIS OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION OF DUNKIN DONUTS*. Pp. 135–146.
- Hanaysha, J. R. (2018). An examination of the factors affecting consumer’s purchase decision in the Malaysian retail market. *PSU Research Review*, Vol. 2(1), No 7–23.
- Haryani, D. S. (2019.). The Influence Of Advertising And Sales Promotion Towards Housing Purchasing Decisions On Griya Puspadari Asri Tanjungpinang. *Dimensi*, Vol 8 (1),. No. 54-70
- Hidayatullah, S., Patalo, R. G., Firdianjah, A., Waris, A., Malang, U., & Malang, P. (2019). *Pengaruh sistem informasi pemasaran, kualitas pelayanan dan loyalitas terhadap keunggulan bersaing jatim park group*. September.
- Jacklin, M. P. R., Mandey, S., Tampenawas, J., & Bauran..., P. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departmen Store Mega Mall Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol 7(1),. No 431–440.

- Janah, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pad Dewi Hijab. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 6(April),. No. 4.
- Naeem, M., & Abdul Sami. (2020). Product Brand Loyalty and Purchase Decision. *International Journal of Entrepreneurial Research*,. Vol. 3(3),. No. 76–87.
- Oktavania, W. P. (n.d.). Oktavania, W. P. (2019). Pengaruh Pemasaran Langsung dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream Di Tokopedia. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2(1),. No. 27-48. In *e-journal.president.ac.id* (Vol. 2, Issue 1).
- Sholihat, A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Crema Koffie. *Journal of Chemical Information and Modeling*,. Vol. 53(9),. No. 4.
- Slamet Bambang Riono, M. S. dan S. N. U. (2020). Pengaruh Komunikasi Organisasi, Budaya Organisasi, dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Pegawai di Rumah Sakit dr. Soeselo Kabupaten Tegal. *Syntax Idea*, Vol. 2(4),. No. 138–147. <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v2i4.190>
- Soebakir, B. D., Lumanauw, B., & Roring, F. (2018). The Influence Of Brand, Price, And Service Quality On The Decision Of Customers To Buy In Kedai Gudang Imaji Manado. *Pengaruh Brand 3843 Jurnal EMBA*,. Vol. 6(4), No. 3843–3852. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/21910>
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R & D. Bandung* : Alfabeta. (n.d.).
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian kuantitatif dan R & D*. Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Alfabeta
- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal STEI Ekonomi*,. Vol. 29(02),. No. 17–30. <https://doi.org/10.36406/jemi.v29i2.340>
- Tran, T. A., Pham, N. T., Van Pham, K., & Nguyen, L. C. T. (2020). The roles of health consciousness and service quality toward customer purchase decision. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*,. Vol. 7(8), No. 345–351. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO8.345>
- Walter Tabelessy. (2020). *Jurnal SOSOQ VOLUME 8 Nomor 2 Agustus 2020*. Vol. 8,. No. 84–91.

Willy, G. dan J. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor Pt. Mega Anugrah Mandiri. *Jurnal Bisnis Kolega*,. Vol. 6(1),. No. 43–56. <https://pmci.ac.id/ejournal/index.php/jbk/article/view/47>

Winarno, S. H., Givan, B., & Yudhistira, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Im3 Ooredoo. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*,. Vol. 1(2),. No 1–7. <https://doi.org/10.36778/jesya.v1i2.9>