

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo, sebagai objek penelitian.

Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel *Servicescape*, Kepercayaan Merek dan Harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo.
2. Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel *Servicescape*, Kepercayaan Merek dan Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo.

### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka saran-saran yang dapat diajukan sebagai berikut:

1. *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo dapat mempertahankan dan meningkatkan kondisi lingkungan di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) dalam keadaan nyaman dan bersih (*servicescape*) yang akan diberikan kepada para konsumennya, agar kepuasan konsumen dapat meningkat. Jika *servicescape* yang ditawarkan sesuai dengan yang diharapkan konsumen maka keputusan pembelian akan semakin tinggi.

2. Hendaknya perusahaan lebih meningkatkan kualitas produknya agar kepercayaan konsumen terhadap merek *Kentucky Fried Chicken* (KFC) semakin bertambah, sehingga konsumen akan semakin merasa puas terhadap keputusan pembelian di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo.
3. Harga pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo sudah baik, akan tetapi perusahaan diharapkan perlu memperhatikan strategi penetapan harga (promosi penjualan melalui *Instagram*, *facebook*, dan lain-lain) yang diberikan tersebut sehingga keputusan pembelian semakin meningkat.
4. Disarankan kepada peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian serupa dengan menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.