

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian yang dilakukan mengenai Pengaruh *Digital Marketing*, *Brand Image* dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan *digital marketing*, *brand image* dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo. Sehingga terbukti bahwa hipotesis kedua (**H₁**) dapat diterima.
2. Terdapat pengaruh signifikan *digital marketing*, *brand image* dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo. Sehingga terbukti bahwa hipotesis kedua (**H₂**) dapat diterima.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel *Brand Image* mempunyai pengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo. Sehingga terbukti bahwa hipotesis kedua (**H₃**) dapat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi perusahaan yang lebih dapat memuaskan konsumen. Adapun saran itu adalah sebagai berikut:

1. *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo lebih gencar lagi dalam menjalankan strategi *digital marketing* supaya konsumen lebih cepat mengetahui informasi promosi yang diberikan oleh pihak KFC, dan agar tidak kalah saing dengan restoran cepat saji lainnya yang ada di Kota Probolinggo.
2. Hendaknya *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo lebih memperhatikan promosi yang telah dilakukan dan harus berinovasi dalam melakukan promosi maupun produknya yang berbeda dari pesaing, agar konsumen lebih tertarik untuk menentukan keputusan pembelian di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo. .
3. Saran bagi peneliti selanjutnya, tidak terfokus pada variabel penelitian ini namun dapat menggunakan variabel lain yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu diharapkan lebih memperluas jangkauan penelitian dengan menambahkan variabel penelitian dan menggunakan subjek penelitian lainnya.

