

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Pada bagian ini akan disimpulkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh bauran produk, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo. Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan dan hasil analisis yang dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh signifikan antara bauran produk ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) secara simultan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Sehingga terbukti bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) dapat diterima yaitu “Terdapat pengaruh signifikan bauran produk, promosi dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo”.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh signifikan antara bauran produk ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) secara parsial terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Sehingga terbukti bahwa hipotesis kedua ( $H_2$ ) dapat diterima yaitu “Terdapat pengaruh signifikan bauran produk, promosi dan lokasi secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo”.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian variabel lokasi mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga

terbukti bahwa hipotesis ketiga (**H<sub>3</sub>**) dapat diterima yaitu “Variabel lokasi berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo”.

## 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 pelanggannya. Adapun saran itu adalah sebagai berikut:

1. Agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen KFC Kota Probolinggo bisa menambahkan lagi untuk lini produk, item-item untuk setiap lini produk, menambahkan jumlah versi yang ditawarkan setiap produk dalam lini produk dan juga mempertahankan konsistensi dari produk yaitu dengan mempertahankan porsi, cita rasa dan kualitas dari produk KFC Kota Probolinggo.
2. Sebaiknya KFC Kota Probolinggo memperluas jangkauan promosi dan mengukur efektivitasnya sebelum melakukan suatu kegiatan melalui periklanan karena itu penting bagi perusahaan untuk melihat jangkauan, frekuensi, dan dampak dari iklan yang digunakan.
3. *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo perlu mempertahankan kenyamanan lokasi untuk konsumen yang membeli. Konsumen akan merasa puas dengan lokasi yang strategis, sebagai contoh mudahnya akses menuju KFC, visibilitas, lalu lintas yang tidak padat dengan kendaraan, tempat parkir yang luas dan ruangan yang bersih.

4. Citra perusahaan restoran cepat saji KFC Kota Probolinggo akan menurun apabila tidak meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen, oleh karena itu perusahaan KFC harus menciptakan dan mengembangkan budaya yang kokoh di dalam organisasi dimana setiap karyawan memberikan perbedaan dengan berinovasi dan selalu berpikir di luar kebiasaan (*out of the box*). Membangun pola pikir yang berorientasi pada “*Customer and Sales Mania*” dengan kesadaran tinggi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen melebihi dari yang diharapkan. Memberikan perbedaan merek KFC yang sangat kompetitif dengan berbagai ide dan strategi yang inovatif. Mengembangkan kesinambungan dalam sumber daya manusia dan proses yang kuat berfokus pada pengembangan kompetensi dan kemampuan, mempertahankan konsistensi dalam pencapaian prestasi yang terbaik.