

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini dapat diterangkan sebagai berikut:

1. Promosi penjualan memiliki pengaruh yang searah dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk makanan yang ditawarkan oleh Carl's Jr Surabaya. Hasil ini menjelaskan bahwa peningkatan intensitas dan kualitas dari promosi penjualan yang dilakukan oleh pihak Carls'Jr mampu mendorong kecenderungan konsumen untuk memiliki niat beli yang lebih pada produk makanan yang ditawarkan oleh pihak Carls'Jr Surabaya.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh yang searah dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk makanan yang ditawarkan oleh Carl's Jr Surabaya. Selain itu, hasil analisis dalam penelitian ini juga menemukan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang paling dominan dalam mempengaruhi minat beli para pelanggan dari Carls'Jr Surabaya. Temuan penelitian ini juga turut menjelaskan bahwa ketika Carls'Jr mampu memenuhi ekspektasi kualitas produk yang diharapkan oleh konsumen, akan dapat mendorong konsumen untuk memiliki kecenderungan meningkatkan minat belinya terhadap produk makanan yang ditawarkan oleh Carl's Jr Surabaya.

5.2 Saran

Mengacu dari kesimpulan yang telah dijelaskan, maka saran yang dapat diajukan melalui penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagi Carls'Jr Surabaya, promosi penjualan dapat dilakukan dengan menyertakan hadiah atau berupa *merhandise* yang menarik yang disesuaikan dengan hari besar atau peringatan hari penting. Hal ini dapat mendorong konsumen untuk mengunjungi Carls'Jr di Surabaya sehingga minat beli pelanggan mengalami peningkatan dan meningkatkan penjualan Carls'Jr Surabaya.
2. Pada sisi kualitas produk, pihak Carls'Jr dapat lebih memperhatikan kualitas bahan makanan dan estetika penyajian dari setiap produk makanan yang ditawarkan. Pada estetika penyajian produk makanan dapat lebih diupayakan untuk lebih menarik dan rapih sesuai dengan gambar menu, sehingga pelanggan merasa lebih yakin untuk membeli produk makanan yang ditawarkan oleh pihak Carls'Jr Surabaya.
3. Bagi penelitian pengembangan berikutnya, telah diketahui bahwa promosi penjualan dan kualitas memiliki kemampuan menjelaskan minat beli konsumen pada produk yang ditawarkan oleh Carls'Jr Surabaya sebesar 28,4 persen. Sehingga bagi penelitian selanjutnya, dapat melakukan pengembangan dengan mencari variasi variabel yang memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk yang ditawarkan oleh Carls'Jr Surabaya, variasi variabel yang dimaksud dapat berupa harga produk, kualitas layanan yang ditawarkan, lokasi , dan gaya hidup pelanggan.