

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel promosi penjualan dapat dikatakan sangat baik. Diketahui bahwa para pengguna dan konsumen sangat tertarik dengan program layanan aplikasi McDonald's, Dikarenakan semua dimensi dan indikator dalam variabel promosi penjualan mempunyai nilai total rata-rata persentase setuju dan sangat setuju adalah 83%.
2. Variabel minat beli ulang dapat dikatakan baik. Diketahui bahwa para pengguna dan konsumen sangat puas dengan program layanan aplikasi McDonald's, Dikarenakan semua dimensi dan indikator dalam variabel minat beli ulang mempunyai nilai total rata-rata persentase kategori setuju dan sangat setuju adalah 82%.

Dapat dilihat dalam persamaan regresi persamaan regresi linearnya yaitu:  $Y = 4,842 + 0,964X$ . Koefisien promosi penjualan memiliki nilai yang positif, maka dapat dinyatakan bahwa pengaruh variabel promosi penjualan terhadap variabel minat beli ulang dinyatakan positif signifikan. Hasil hipotesis menunjukkan nilai Sig. 0.000 dapat disimpulkan promosi penjualan terdapat pengaruh terhadap minat beli ulang. Serta Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa 52,2% minat beli

ulang dipengaruhi oleh promosi penjualan dan sisanya 47,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas didalam penelitian ini.

## **B. Saran**

### 1. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan McDonald's disarankan untuk mempertahankan promosi penjualan karena berdasarkan hasil survei menunjukkan 83% konsumen merasa puas dan diharapkan perusahaan untuk meningkatkannya, agar pengguna atau konsumen dapat merasa untung dan akan merekomendasikan kepada kerabat terdekat dalam waktu terdekat.

### 2. Bagi Masyarakat

Disarankan bagi masyarakat untuk mencari informasi lebih banyak lagi tentang aplikasi yang disediakan oleh McDonald's, untuk terciptanya minat beli ulang konsumen.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan bagi peneliti selanjutnya yang akan melaksanakan penelitian sejenis, untuk menambahkan variabel independen agar informasi yang diperoleh lebih luas serta peneliti selanjutnya dapat memperluas batasan sampel yang diambil agar lebih akurat.

