

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian yang dilakukan, berikut adalah beberapa kesimpulan yang diperoleh oleh peneliti:

- 1) Variabel potongan harga menghasilkan kategori yang cukup baik, diketahui dari Tabel II.4, skala 41 – 60% memiliki kategori yang cukup baik, dan dilihat dari Tabel III.8, variabel potongan harga menghasilkan rata-rata total sebesar 48%. Para pengguna dan calon konsumen cukup tertarik dengan adanya potongan harga yang ada dalam aplikasi KFC.
- 2) Variabel minat beli menghasilkan kategori yang sedang, diketahui dari Tabel II.4, skala 41 – 60% memiliki kategori yang sedang, dan dilihat dari Tabel III.9, variabel minat beli menghasilkan rata-rata total sebesar 42.17%. Para pengguna dan calon konsumen memiliki minat beli yang memiliki kategori sedang dengan adanya potongan harga yang ada dalam aplikasi KFC.
- 3) Dalam persamaan regresi linearnya yaitu: $Y = 5.272 + 0,713X$ dengan p-value 0,00. Koefisien potongan harga memiliki nilai yang positif, maka dapat dinyatakan bahwa pengaruh variabel potongan harga terhadap variabel minat beli dinyatakan positif signifikan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 38% variabel minat beli dipengaruhi potongan harga, dan hasil hipotesis menunjukkan nilai Sig. 0.000 dapat disimpulkan bahwa potongan harga terdapat pengaruh terhadap minat beli.

B. Saran

Berdasarkan analisis dan hasil penelitian yang dilakukan, berikut adalah beberapa saran yang peneliti berikan:

1. Bagi restoran *KFC*

Untuk restoran *KFC* perlunya memperbanyak jenis potongan harga di menu *KFC*, baik dalam aplikasi maupun di dalam restoran karena berdasarkan hasil survey 48% para calon konsumen dan pengguna aplikasi *KFC* menghasilkan kategori yang cukup baik. Dengan memperbanyak jenis potongan harga, diharapkan dapat meningkatkan minat beli bagi para pengguna dan calon konsumen *KFC* di DKI Jakarta.

2. Bagi pengguna aplikasi dan calon konsumen *KFC*

Dapat mempertimbangkan beberapa hal yang mempengaruhi minat beli. Khususnya, potongan harga dari aplikasi *KFC* itu sendiri, kualitas hingga kebutuhan konsumen.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya, diharapkan untuk meneliti variabel independent yang lainnya. Karena, terdapat 62% variabel lain yang mempengaruhi minat beli