

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan diskusi pada bab sebelumnya, serta teori dan konsep yang mendukung penelitian berjudul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Restoran Cepat Saji CFC di Kebayoran Lama Jakarta Selatan” maka didapat kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan restoran cepat saji CFC di Kebayoran Lama Jakarta Selatan. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik dan efektif promosi yang dilakukan oleh CFC, khususnya melalui media digital seperti Instagram dan TikTok serta program promosi seperti Voucher TikTok *Deals* dan *Payday Deals*, maka semakin tinggi keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan restoran cepat saji CFC di Kebayoran Lama Jakarta Selatan. Konsumen menilai pelayanan CFC sangat baik terutama dari sisi empati, daya tanggap, dan jaminan kualitas produk. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang diberikan mampu meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan restoran cepat saji CFC di Kebayoran Lama Jakarta Selatan. Lokasi CFC Kebayoran Lama dinilai strategis karena mudah diakses, dekat dengan pusat keramaian serta *anchor tenant* seperti pasar dan stasiun, sehingga memudahkan konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran dari penulis yang dapat diperhatikan untuk perusahaan yaitu sebagai berikut.

1. Perusahaan perlu mempertahankan penyebaran informasi produk melalui media promosi seperti Instagram dan Tiktok agar pelanggan selalu mendapatkan informasi terbaru dari CFC yang dapat meningkatkan pembelian. Sementara itu, aspek pesan promosi perlu ditingkatkan dengan memastikan pesan promosi yang dibuat dapat menarik minat pelanggan untuk membeli.
2. Perusahaan perlu mempertahankan tingkat empati yang tinggi dengan terus memberikan pelayanan yang ramah dan memahami kebutuhan pelanggan. Sementara itu aspek keandalan (*reliability*) perlu ditingkatkan dengan memastikan konsistensi layanan, mengurangi kesalahan dalam pemesanan, serta mempercepat waktu pelayanan agar pelanggan mendapatkan pengalaman yang lebih baik.
3. Perusahaan perlu mempertahankan lokasi strategis karena akan mudah terlihat untuk di akses oleh pelanggan dan memudahkan pelanggan dalam berkunjung untuk membeli. Sementara itu, aspek lingkungan sekitar perlu ditingkatkan dengan memperhatikan kebersihan di sekitar lokasi agar pelanggan yang berkunjung merasa nyaman.