

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada sebelumnya, didapatkan hasil yang diperoleh dari Test Statistics, banyak anggota sampel ($N=111$) dan nilai Cochran's Q atau Q hitung 20.225, deviasi of freedom (df) 3, dan asymp. Sig. 0.000. Sehingga dapat dibandingkan Q hitung 20.225 dan Q tabel 0,0632 yaitu $20.225 > 0,0632$ dan sig $0.000 < 0.005$. Jadi, terima semua H_a dengan analisis Q hitung $>$ Q tabel, itu artinya semua (H_a) hipotesis diterima. Maka, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

- Variabel lokasi merupakan variabel yang paling dominan dalam menentukan minat beli konsumen pada Rocket Chicken Kota Metro. Hal ini dapat dijelaskan dari faktor lokasi memiliki nilai mean sebesar 0,89 dan nilai value sebesar 99 yang berarti faktor lokasi menentukan minat beli konsumen pada Rocket Chicken Kota Metro. Dengan angka kesalahan hitung sebesar $0,312 < 0,5$ yang berarti hipotesis diterima. Kemudian, didukung dengan hasil rata-rata dengan jawaban angket yang menyatakan bahwa 89,19% konsumen membeli *fast food* pada Rocket Chicken Kota Metro. Disebabkan faktor lokasi, dan menjadi faktor dominan.
- Selanjutnya, berdasarkan tabel Descriptive Statistics hasil pengolahan SPSS 18. Dapat dijelaskan faktor instagram memiliki nilai mean sebesar 0,69 dan nilai value sebesar 77 yang berarti faktor instagram menjadi

faktor dominan nomor 2 setelah faktor lokasi dalam menentukan minat beli konsumen pada Rocket Chicken Kota Metro. Dengan angka kesalahan sebesar $0,463 < 0,5$ yang berarti hipotesis diterima kemudian didukung dengan hasil rata-rata jawaban-jawaban angket yang menyatakan bahwa 69,3% konsumen membeli *fast food* pada Rocket Chicken Kota Metro yang disebabkan oleh faktor instagram.

- Lalu, selanjutnya dapat dijelaskan faktor banner memiliki nilai mean sebesar 0,68 dan value 75 yang berarti faktor banner menjadi faktor dominan nomor 3 setelah faktor lokasi, dan instagram dalam menentukan minat beli konsumen pada Rocket Chicken Kota Metro. Dengan angka kesalahan hitung sebesar $0,470 < 0,5$ yang berarti hipotesis diterima. Kemudian, didukung dengan hasil rata-rata jawaban angket yang menyatakan bahwa 67,5% konsumen membeli *fast food* pada Rocket Chicken Kota Metro yang disebabkan oleh faktor banner.
- Berdasarkan tabel Descriptive Statistics hasil pengolahan SPSS 18. Dapat dijelaskan bahwa faktor grabfood memiliki nilai mean 0,65 dan nilai value sebesar 72 yang berarti faktor grabfood menjadi faktor yang paling tidak dominan dalam minat beli konsumen pada Rocket Chicken Kota Metro. Dengan angka kesalahan hitung sebesar $0,480 < 0,5$ yang berarti hipotesis diterima, kemudian didukung dengan hasil rata-rata jawaban angket yang menyatakan bahwa 64,86% konsumen dalam membeli *fast food* pada Rocket Chicken Kota Metro disebabkan faktor grabfood.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Rocket Chicken Kota Metro

Saran yang dapat diberikan kepada Rocket Chicken Kota Metro adalah dapat lebih meningkatkan media promosi. Terutama pada lokasi yang dimana faktor lokasi adalah paling dominan dalam menentukan minat beli konsumen. Dengan cara mengupgrade Google Maps dan perbanyak ulasan positif. Lalu, memperluas lahan parkir. Sehingga, lebih banyak menarik para konsumen untuk membeli *fast food* di Rocket Chicken Kota Metro. Selanjutnya, faktor promosi yang kurang dominan adalah grabfood. Lalu, saran yang dapat penulis berikan yaitu berikan promosi atau diskon khusus, memanfaatkan fitur highlight promo di grabfood, dan selalu update terhadap menu kekinian.

2. Bagi keilmuan

Hasil penelitian ini hendaknya berguna untuk penelitian selanjutnya, dan disarankan menjadi referensi penelitian yang dengan faktor berbeda dan jumlah sampel yang lebih besar.