

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian tentang pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Promosi (X_2), terhadap keputusan pembelian (Y) Mie Ayam Cinta di kalangan penduduk Kota Bengkulu adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Ayam Cinta di kota Bengkulu.
2. Promosi (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Ayam Cinta di kota Bengkulu.
3. Kualitas Pelayanan (X_1) dan Promosi (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Mie Ayam Cinta di kota Bengkulu.

5.2 Saran

Hasil penelitian, diskusi, dan kesimpulan dapat digunakan untuk membuat saran berikut:

1. Pada Variabel Kualitas Pelayanan (X_1): Pengumpulan Umpan Balik: Aktif mengumpulkan umpan balik pelanggan dan menggunakannya untuk memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik. Pemanfaatan Teknologi dengan meningkatkan layanan dengan menggunakan sistem pemesanan digital, pembayaran non-tunai, atau aplikasi online. Program Loyalitas seperti Tingkatkan kesetiaan pelanggan dengan poin reward, diskon, atau kupon gratis untuk pembelian

berikutnya. Inovasi Pelayanan, Membuat menu yang disesuaikan dengan preferensi pelanggan atau layanan antar untuk area tertentu agar lebih menarik dan relevan.

2. Pada Variabel Promosi (X_2): Buat konten yang menghibur seperti video pendek tentang pembuatan mie ayam, ulasan pelanggan dalam bentuk video atau foto, dan cerita inspiratif tentang bagaimana merek berhasil. Gunakan format interaktif seperti polling, kuis, untuk mendorong audiens untuk berpartisipasi. Ajak kolaborasi dengan blogger, vlogger, atau influencer kuliner yang terkenal di Bengkulu untuk memperluas jangkauan merek. Pastikan mereka berbagi pengalaman Mie Ayam Cinta yang benar.
Penguatan Identitas Merek: Pastikan konten memiliki elemen visual yang konsisten, seperti logo, warna, dan tagline yang kuat. Ini meningkatkan kesan profesional dan meningkatkan kesadaran merek. Dan komunitas digital, bangun komunitas pelanggan setia melalui grup atau forum online.
3. Pada variabel Keputusan Pembelian (Y): Meskipun Mie Ayam Cinta memiliki reputasi yang baik, masih ada ruang untuk peningkatan. Perusahaan perlu meningkatkan visibilitas merek melalui strategi pemasaran yang lebih efektif, dan untuk mempertahankan keunggulan ini, mereka harus secara konsisten mempertahankan kualitas produk. Selain itu, mendengarkan umpan balik pelanggan dapat membantu mengidentifikasi area untuk inovasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang.