

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa:

- Terdapat keterkaitan yang signifikan, positif, dan erat antara *brand image* dengan keputusan membeli pada responden terhadap makanan cepat saji KFC cabang Surya Sumantri Bandung.
- Faktor pribadi dan faktor psikologi memengaruhi responden dalam melakukan keputusan membeli namun faktor sosial kurang memengaruhi responden dalam melakukan keputusan membeli makanan cepat saji KFC cabang Surya Sumantri Bandung.
- Produk, harga, promosi dan distribusi merupakan aspek dalam pembentukan *brand image* terhadap makanan cepat saji KFC cabang Surya Sumatri Bandung.

5.2 Saran

5.2.1 Saran teoritis

Peneliti menyarankan kepada peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis dimasa yang akan datang sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar mencari *sample* yang lebih banyak dan luas agar hasil generalisasi dari penelitian ini dapat lebih baik.
2. Peneliti lebih memperdalam pengetahuan tentang pengaruh *brand image* pada keputusan membeli.

5.2.2 Saran praktis

Dengan adanya hasil penelitian ini pihak manajemen KFC diharapkan untuk lebih meningkatkan aspek *brand image* dari segi promosi agar dapat meningkatkan minat pembelian dari pelanggan terhadap produk KFC.