

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini mengenai pengaruh Harga, Promosi, dan Metode Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian di *Chatime* Thamrin Plaza Medan

1. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan pada *Chatime* Thamrin Plaza Medan dimana indikator keterjangkauan harga memiliki nilai rata-rata terendah dan kesesuaian harga dengan manfaat memiliki nilai rata-rata tertinggi. Karena harga ditawarkan oleh *chatime* kurang terjangkau dan harga tersebut mempunyai kesesuaian harga dengan manfaat yang didapatkan oleh para konsumen dalam penelitian ini.
2. Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan pada *Chatime* Thamrin Plaza Medan dimana indikator *direct marketing* (Penjualan langsung) memiliki nilai rata-rata terendah dan advertising (Periklanan) memiliki nilai rata-rata tertinggi. Karena *chatime* selalu menawarkan promo saat konsumen melakukan pemesanan dan melakukan iklan di media sosial agar mengetahui promo yang didapatkan oleh para konsumen dalam penelitian ini.
3. Metode Pembayaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan pada *Chatime* Thamrin Plaza Medan dimana indikator kemudahan memiliki nilai rata-rata terendah dan efektif memiliki nilai rata-rata tertinggi. Karena sistem pembayaran yang disediakan oleh aplikasi F&B ID sesuai dengan kebutuhan dan

4. pembayaran yang dilakukan pada aplikasi terkonfirmasi dengan cepat yang didapatkan oleh para konsumen dalam penelitian ini.
5. Harga, Promosi, dan Metode Pembayaran berpengaruh terhadap Keputusan pembelian secara positif dan signifikan pada *Chatime* Thamrin Plaza Medan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan personalisasi, promosi, dan pelayanan pelanggan dalam aplikasi mereka. Selain itu, perusahaan juga perlu memperkuat keamanan data dan memiliki strategi yang kuat untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat.
2. Dari segi harga hendaknya juga menetapkan harga yang sebanding dengan kualitas dan manfaat yang dapat diperoleh konsumen, agar harganya bisa bersaing dengan produk minuman lain yang sejenis.
3. Promosi penjualan yang dilakukan haruslah relevan dengan target pasar dan tidak merugikan perusahaan dalam jangka panjang, sehingga perusahaan perlu melakukan riset pasar yang mendalam untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen sebelum merancang strategi promosi penjualan.
4. Untuk meningkatkan penggunaan metode pembayaran aplikasi, perusahaan harus memiliki strategi yang tepat. Salah satu strategi yang efektif adalah dengan menerapkan strategi kerjasama yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan penggunaan metode pembayaran aplikasi dan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.