BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap minat beli *fast food* Rocket Chicken, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sikap berpengaruh positif terhadap minat beli *fast food* Rocket Chicken.
2. Norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat beli *fast food* Rocket Chicken.
3. Kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat beli *fast food* Rocket Chicken.
4. Sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku secara simultan berpengaruh terhadap minat beli *fast food* Rocket Chicken.
5. Berdasarkan koefisien determinasi, variabel sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku mampu menjelaskan variabel minat beli *fast food* Rocket Chicken sebesar 49,4%, sisanya 50,6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Untuk meningkatkan minat beli konsumen melalui variabel sikap, Rocket Chicken disarankan untuk meningkatkan citra positif merek dengan menonjolkan kualitas produk dan mengedukasi masyarakat mengenai nilai gizi melalui program informasi dan pelabelan yang jelas. Selain itu, Rocket Chicken dapat memanfaatkan pengaruh norma subjektif dengan

mendorong ulasan positif di media sosial dan memperkuat strategi pemasaran berbasis rekomendasi dari orang-orang terdekat konsumen. Selanjutnya mengenai variabel kontrol perilaku, Rocket Chicken dapat meningkatkan kemudahan akses dengan memperluas saluran penjualan, menyediakan berbagai metode pembayaran, serta memastikan informasi menu dan promosi mudah diakses.

2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk lebih memahami faktor-faktor spesifik seperti, promosi, lokasi, atau kualitas layanan yang mempengaruhi minat beli di wilayah operasional Rocket Chicken. Selain itu, pendekatan kualitatif atau metode campuran dapat digunakan untuk mendalami lebih lanjut motivasi dan preferensi calon konsumen untuk membeli.