

V. KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

1. Karakteristik konsumen O'Chicken diperoleh, 41,7% berusia 17-25 tahun, 53,3% berjenis kelamin perempuan dan 45,0% menamatkan pendidikan Sarjana. Dari segi pekerjaan, 38,3% masih berstatus sebagai pelajar/mahasiswa, status perkawinan adalah dengan status belum kawin sebanyak 63,3%, Jumlah anggota keluarga 4 sampai 5 orang sebanyak 51,7%. dan 36,0% berpendapatan < 1.500.000 Rupiah perbulan.
2. Faktor-faktor terkait persepsi konsumen terhadap produk olahan ayam organik O'Chicken dilihat dari faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dapat disimpulkan bahwa Pada faktor budaya, faktor pribadi dan faktor psikologis dikategorikan **Baik**, sedangkan pada faktor sosial dikategorikan **Cukup baik**.

1.2 Saran

1. Mengingat bahwa terdapat pengaruh dari 4 faktor yang diteliti yaitu budaya, sosial, pribadi dan psikologis yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian pada Restoran cepat saji O'Chicken Jati maka pihak manajemen harus memperhatikan hal-hal yang berhubungan dengan ke 4 faktor tersebut.
2. Untuk mengantisipasi persaingan dengan rumah makan dan restoran lain, pihak manajemen perlu lebih kreatif dan inovatif dalam mengkreasikan menu makanan, pelayanan dan strategi pemasaran yang lain serta lebih mempromosikan kembali keunikan produk yang menjadi ciri khas O'Chicken sehingga keistimewaan bahan organik yang digunakan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

