

V. KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

- 1) Karakteristik konsumen O'Chicken diperoleh, 61,7% berusia 17-25 tahun, 53,3% berjenis kelamin perempuan dan 55,0% menamatkan pendidikan SMA/Sederajat. Dari segi pekerjaan, 43,4% masih berstatus sebagai pelajar/mahasiswa dan 55,0% berpendapatan < 1.500.000 Rupiah perbulan.
- 2) Proses keputusan pembelian konsumen, pada tahap pengenalan kebutuhan, motivasi dan manfaat konsumen dalam berkunjung untuk melepas rasa lapar dan dahaga, masing-masing 61,7% dan 65,0%. Pada tahap pencarian informasi, 46,7% konsumen mengetahui keberadaan O'Chicken dari teman dan 33,3% konsumen memfokuskan perhatian terhadap promosi pada produk organik dan sehat. Pada tahap evaluasi alternatif, 51,7% konsumen mempertimbangkan rasa saat pertimbangan awal dalam membeli dan 35,0% konsumen memilih produk organik dan sehat sebagai indikator dalam menilai kualitas O'Chicken. Pada tahap keputusan pembelian, 56,7% konsumen berkunjung di hari libur dan 68,3% konsumen memutuskan pembelian tergantung situasi. Pada tahap evaluasi hasil pembelian, 86,7% konsumen merasa puas terhadap produk dan 98,3% konsumen berminat untuk berkunjung kembali.
- 3) Penilaian Sikap konsumen O'Chicken adalah positif dengan skor 31,34 yang berada pada kategori baik, namun dengan rendahnya skor kepercayaan dibandingkan skor evaluasi atribut, berarti apa yang diharapkan konsumen belum optimal.

5.2. Saran

- 1) Pihak O'Chicken harus mempertimbangkan dalam membuat produk yang digemari oleh segmen konsumen berusia muda.
- 2) Pihak O'Chicken harus lebih mempromosikan kembali keunikan produk organik yang menjadi ciri khas O'Chicken, karena kebanyakan konsumen yang datang belum terlalu terpengaruh dengan keistimewaan produk dan datang hanya sekedar untuk melepas rasa lapar dan dahaga saja.
- 3) Pihak O'Chicken harus memperhatikan kembali, meningkatkan dan memperbaiki pelaksanaan atribut produk karena masih rendahnya skor tingkat kepercayaan semua atribut dibandingkan dengan skor evaluasi kepentingan atribut agar kepuasan konsumen optimal.

