

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi secara parsial berpengaruh negatif terhadap *Repatronage Intention* pelanggan McDonalds GKB.
2. *Customer Delivery Service* secara parsial berpengaruh positif terhadap *Repatronage Intention* pelanggan McDonalds GKB.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan kesimpulan penelitian, maka saran dari peneliti dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan PT. Rekso Nasional Food (McDonalds GKB) :

Berdasarkan hasil uji t perhitungan variabel *Customer Delivery Service* ( $X_2$ ) memiliki nilai paling tertinggi sebesar 2,481 jika dibandingkan dengan nilai variabel Promosi sebesar 1,887, maka pihak PT. Rekso Nasional Food (McDonalds GKB) harus tetap mempertahankan pelayanan yang cepat dan tanggap dalam menerima order, selalu tepat waktu dalam pengiriman dan keakuratan produk itu sendiri yang tidak kurang satupun. Dan tentunya kepada driver MDS selalu ramah dan sopan ketika berinteraksi kepada *customer Delivery Order*, agar selalu tercapai secara hasil yang maksimal.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya :

Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dengan memperbanyak jumlah-jumlah variabel-variabelnya seperti harga , citra merk dan juga strategi pemasaran yang baik dan menggunakan teknik analisis yang berbeda contohnya, teknik analisis jalur (*path analysis*).