

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil data dan analisis yang dilakukan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand Collaboration* tidak berpengaruh secara parsial terhadap *Purchase Decision* pada Produk *Mc'Donalds the BTS Meals*.
2. *Packaging Design* berpengaruh secara parsial terhadap *Purchase Decision* pada Produk *Mc'Donalds the BTS Meals*.
3. *Social Media Advertising* tidak berpengaruh secara parsial terhadap *Purchase Decision* pada Produk *Mc'Donalds the BTS Meals*.
4. Label Halal tidak berpengaruh secara parsial terhadap *Purchase Decision* pada Produk *Mc'Donalds the BTS Meals*.

#### **B. Saran-saran**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha *Food & Beverages* seperti salah satunya dalam penelitian ini adalah *Mc'Donalds* untuk meningkatkan keputusan pembelian sebaiknya memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti dalam penelitian adalah faktor *packaging*

*design* untuk dapat dioptimalkan lagi sehingga dapat menarik minat konsumen dan mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian.

2. Bagi peneliti selanjutnya agar memperhatikan variabel yang akan diambil dan diujikan mengingat hasil penelitian ini bahwa besar pengaruh variabel independen yaitu *brand collaboration*, *packaging design*, *social media advertising* dan label halal terhadap *purchase decision* yang dapat diterangkan oleh model persamaan ini sebesar 14% sedangkan sisanya 86% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Untuk penelitian selanjutnya agar dapat mengerucutkan variabel agar hasilnya dapat lebih terperinci dan tidak *universal*.