

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis penelitian data dan pembahasan berkenaan penelitian yang berjudul pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan *viral marketing* terhadap keputusan pembelian Mixue di Cipayung Depok, maka dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian kualitas produk menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Mixue di Cipayung Depok. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk meningkat maka keputusan pembelian Mixue di Cipayung Depok juga akan meningkat.
2. Hasil penelitian persepsi harga menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue di Cipayung Depok. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketika persepsi harga yang rendah (terjangkau) tidak diikuti oleh pembelian.
3. Hasil penelitian *viral marketing* menunjukkan bahwa *viral marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue di Cipayung Depok. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketika *viral marketing* meningkat maka keputusan pembelian.

B. Saran

Dari hasil analisis dan kesimpulan diatas, maka ada beberapa saran dengan tujuan sebagai bahan pertimbangan yang sekiranya memberikan manfaat serta dapat dijadikan masukan untuk mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian Mixue di Cipayung Depok, diantaranya sebagai berikut:

1. Kualitas produk pada produk Mixue di Cipayung Depok sudah mampu mempengaruhi keputusan pembelian, namun Mixue harus lebih meningkatkan penampilan kemasan produk (*estetika*) yakni penampilan kemasan produk Mixue yang membandingkan estetika dan daya tariknya dengan merek sejenis atau pesaing lainnya, yang diharapkan ketika konsumen mixue melihat kemasan produk Mixue menonjol dan menarik perhatian pelanggan. Kemasan yang

menarik dapat membantu produk Mixue membedakan diri dari merek sejenis dan memicu minat konsumen pada keputusan pembelian.

2. Persepsi harga Mixue di Cipayung Depok sudah mampu mempengaruhi tapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, maka Perusahaan Mixue harus lebih meningkatkan daya saing harga yakni harga produk dari Mixue sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat atau harga produk dari Mixue mampu bersaing dengan produk sejenis lainnya yang diharapkan perusahaan Mixue mempertimbangkan untuk menyesuaikan harga agar lebih kompetitif dibandingkan produk sejenis sehingga diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi pada keputusan pembelian.
3. *Viral marketing* Mixue di Cipayung Depok sudah mampu mempengaruhi keputusan pembelian, pada indikator keterlibatan opinion influencer merupakan tolak ukur seberapa baik keterlibatan opini influencer dilakukan mean paling rendah. Hal ini menjadi fokus utama Mixue dengan bekerjasama bersama influencer, membuat konten menarik dan relevan untuk audiensnya. Memastikan konten mencerminkan nilai dan pesan merek Mixue dengan baik dan gaya unik serta kepribadian influencer sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.

