

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, serta pembahasan yang disertai oleh beberapa teori dan konsep yang relevan mengenai penelitian ini yang berjudul pengaruh kualitas produk, persepsi harga, viral marketing terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan di Kelapa Dua Depok, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena kualitas produk yang baik dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan pada merek Mie Gacoan untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas. Kualitas ini menciptakan daya tarik kuat dan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam keputusan pembelian
2. Persepsi harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian karena menandakan bahwa pelanggan memberikan prioritas lebih tinggi pada kualitas produk dan viral marketing daripada harga dalam proses pengambilan keputusan.
3. Viral marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena strategi pemasaran viral yang efektif dapat menciptakan kesadaran merek yang kuat, kolaborasi dengan influencer platform sosial dapat memperkuat eksposur merek secara signifikan.

B. SARAN

Maka dari hasil penelitian dan kesimpulan diatas, penulis mencoba untuk memberikan beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi peningkatan keputusan pembelian bagi konsumen pada Mie Gacoan di Kelapa Dua Depok, saran tersebut sebagai berikut:

1. Hasil pengujian variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan di Kelapa Dua Depok maka dari itu perusahaan diharapkan untuk meningkatkan keputusan pembelian pelanggan Mie

Gacoan, dengan berfokus pada peningkatan kualitas produk bahan baku dan proses produksi untuk memastikan konsistensi dan kepuasan pelanggan

2. Hasil pengujian variabel persepsi harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Mie Gacoan di Kelapa Dua Depok, perusahaan dapat mengevaluasi kembali strategi harga dengan mempertimbangkan elemen tambahan seperti promo, diskon atau paket bundling, untuk memberikan kesan harga yang lebih positif
3. Hasil pengujian variabel viral marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Mie Gacoan di Kelapa Dua Depok, maka dari itu perusahaan dapat meningkatkan strategi promosi melalui viral marketing yang lebih baik lagi karena hal itu dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, salah satu caranya yaitu sering berinteraksi dengan para pelanggan di sosial media harus banyak mendapatkan penghargaan, serta cepat tanggap dalam menangani/merespon keluhan agar pelanggan percaya untuk melakukan pembelian Mie Gacoan.

