

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh *Viral Marketing*, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Richeese Factory Rungkut Madya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Viral Marketing* memberikan kontribusi terhadap timbulnya keputusan pembelian konsumen di Richeese Factory Rungkut Madya. Semakin berkualitas informasi mengenai Richeese Factory di media sosial didukung dengan frekuensi respon konsumen yang banyak dan baik dalam membicarakan Richeese Factory di media sosial, maka akan semakin tinggi pula keputusan seseorang dalam melakukan pembelian produk Richeese Factory.
2. Persepsi Harga tidak memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Richeese Factory Rungkut Madya. Dengan persepsi harga yang baik dapat menjadikan Richeese Factory semakin dikenal sebagai restoran cepat saji yang memiliki menu ciri khas yang berbeda dari kompetitornya dan memiliki harga yang terjangkau dibanding kompetitornya, sehingga peluang konsumen untuk menentukan keputusan pembelian akan semakin besar.

3. Kualitas Produk memberikan kontribusi terhadap timbulnya keputusan pembelian konsumen di Richeese Factory Rungkut Madya. Semakin baik kualitas yang diberikan Richeese Factory dengan memberikan kualitas rasa yang konsisten, beragam variasi menu dan cita rasa khas yang sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga dapat meyakinkan dan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang telah dipaparkan di atas, terdapat beberapa saran dari peneliti yang dapat dimanfaatkan atau digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh pihak yang bersangkutan dalam merumuskan pengambilan keputusan, diantaranya sebagai berikut:

1. Dengan keberhasilan strategi *viral marketing* yang sudah diterapkan Richeese Factory maka hal tersebut harus tetap dipertahankan dan dikembangkan untuk meningkatkan penjualan dan mendapat perhatian masyarakat sehingga dikenal masyarakat luas. Diharapkan Richeese Factory tetap aktif membuat konten yang berkualitas di media sosial agar merek dan produknya selalu teringat di benak konsumen.
2. Untuk mempertahankan keputusan pembelian konsumen, Richeese Factory dapat menetapkan harga yang sesuai di berbagai kalangan dan sesuai dengan kualitas produk serta manfaat yang dirasakan konsumen. Sehingga dapat terus meningkatkan dan mempertahankan keputusan pembelian konsumen. Dengan berdasarkan hasil penelitian variabel persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian konsumen, maka harga yang ditawarkan saat ini cukup dipertahankan saja.

3. Dengan kualitas produk yang sudah ada Richeese Factory harus tetap mempertahankan kualitas rasa berdasarkan keinginan konsumen dan menjaga pemilihan bahan baku yang berkualitas sehingga penjualan dapat terus meningkat. Diharapkan dengan ulasan-ulasan pelanggan dapat menjadi masukan bagi Richeese Factory dalam hal kualitas produk.
4. Untuk memberikan hasil penelitian yang lebih baik dan menjadi acuan bagi peneliti lain, peneliti menyarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian.