

BAB V

Penutup

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh, maka dapat diambil beberapa kesimpulan berikut ini:

1. *Viral marketing* memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Kedai Kerang Dekaje di Kota Metro. Strategi pemasaran dengan menyampaikan pesan yang menarik dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Artinya semakin baik penyampaian kepada konsumen akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.
2. Variasi menu memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Kedai Kerang Dekaje di Kota Metro. Semakin banyak makanan yang bervariasi yang diupayakan pengusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
3. *Viral marketing* memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada Kedai Kerang Dekaje di Kota Metro. Pengalaman positif yang diterima oleh konsumen dari teman atau keluarga akan meningkatkan kepuasan konsumen.
4. Variasi menu memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada Kedai Kerang Dekaje di Kota Metro. Semakin banyak variasi yang ada pada Kerang Dekaje akan meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini membuktikan variasi menu yang beragam mempengaruhi kepuasan konsumen karena kebutuhan dan keinginan konsumen yang berbeda terpenuhi.
5. Kepuasan konsumen memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Kedai Kerang Dekaje di Kota Metro. Kepuasan konsumen didapatkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Artinya jika pelayanan ataupun kualitas produk yang didapatkan konsumen sesuai dengan diharapkan maka terbentuk niat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
6. *Viral marketing* berpengaruh tidak langsung dan signifikan terhadap Keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada konsumen Kedai Kerang Dekaje. Hal ini ditunjukkan berdasarkan nilai pengaruh

tidak langsung kepuasan konsumen sebagai variabel intervening mempunyai pengaruh lebih besar dan signifikan dibandingkan pengaruh langsung.

7. Variasi menu berpengaruh tidak langsung dan signifikan terhadap Keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada konsumen Kedai Kerang Dekaje. Hal ini ditunjukkan berdasarkan nilai pengaruh tidak langsung kepuasan konsumen sebagai variabel intervening mempunyai pengaruh lebih besar dan signifikan dibandingkan pengaruh langsung.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari penelitian maka disarankan sebagai berikut:

1. Pihak Kedai Kerang Dekaje agar mempertahankan strategi *viral marketing* untuk memudahkan konsumen mencari informasi dari konten yang dibagikan sehingga meningkatkan keputusan pembelian.
2. Pihak Kedai Kerang Dekaje supaya mempertahankan variasi menu serta kualitas, dan rasa makanan sehingga dapat dinikmati konsumen dan mempengaruhi pembelian.
3. Pihak Kedai Kerang Dekaje agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan menyebarkan informasi yang sesuai dengan apa yang didapatkan sehingga konsumen merasa senang dan mendapat komentar positive.
4. Pihak Kedai Kerang Dekaje agar dapat mempertahankan kepuasan konsumen dengan menyediakan variasi menu bervariasi sehingga konsumen merasa puas.
5. Pihak Kedai Kerang Dekaje supaya dapat mempertahankan kepuasan konsumen sehingga meningkatkan keputusan pembelian.