

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Menurut analisis mengenai pengaruh *viral marketing* dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa *viral marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- 2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
- 3) Hasil penelitian menunjukkan bahwa *viral marketing* dan kepercayaan konsumen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan angka *coefisiensi* dan nilai t_{hitung} maka dapat diketahui bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah kepercayaan konsumen.

B. Saran

Hasil penelitian diharapkan dapat memberi masukan yang baik dan bermanfaat bagi perusahaan, sebagai bahan dan informasi dalam memasarkan produknya agar visi dan misi perusahaan dapat tercapai secara optimal. Jadi berdasarkan saran diatas dapat di implikasikan sebagai berikut:

- a. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel *viral marketing* terhadap keputusan pembelian. Skor tertinggi dari responden pada indikator *viral marketing* yaitu pengetahuan produk yang artinya perusahaan diharapkan

lebih gencar lagi dalam mengenalkan produk yang dimiliki kepada konsumen. Jika konsumen lebih mengenal produk perusahaan hal ini maka akan sangat mempengaruhi keputusan keputusan. Begitupun sebaliknya, skor terendah yang didapat dari responden yaitu indikator mengurangi ketidakpastian yang berarti perusahaan harus lebih memperhatikan waktu pelayanan atau menu yang tersedia.

- b. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. Skor tertinggi dari responden pada indikator kepercayaan konsumen yaitu durasi hubungan yang artinya perusahaan diharapkan lebih baik lagi dalam menjalin hubungan dengan konsumen, karena hal ini juga dapat mendorong tingkat loyalitas konsumen terhadap perusahaan. skor terendah yang didapat dari responden yaitu indikator kerja sama yang berarti perusahaan harus lebih memperhatikan kerja sama antar tim demi terciptanya kepuasan konsumen.