

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang penelitian lakukan dengan Pengaruh *Viral Marketing* dan *Food Quality* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Mie Gacoan Dipatiukur) dapat di Tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Viral Marketing* pada Mie Gacoan Dipatiukur, termasuk kedalam klasifikasi cukup baik. Seperti yang terlihat pada tabel rekapitulasi dimana rata – rata setiap indikator berada pada kategori cukup baik. Dari ke lima indikator terdapat indikator terkecil yaitu indikator *Helping the Company* sedangkan indikator tertinggi yaitu *Information Spreading*. Dikarenakan informasi mengenai Mie Gacoan Dipatiukur terdapat di berbagai platform sosial media seperti Instagram, Tiktok dan aplikasi lainnya yang dapat di akses oleh siapapun, sehingga masyarakat mengenal dan mengetahui Mie Gacoan dengan mudah.
2. *Food Quality* pada Mie Gacoan Dipatiukur berada pada klasifikasi Cukup Baik, untuk masing – masing indikator, indikator Porsi mendapatkan nilai terendah, dan Rasa memperoleh nilai tertinggi dan secara keseluruhan Food Quality berada pada kategori Cukup Baik. Dikarenakan kualitas dari suatu makanan sangat lah penting bagi sebuah restoran agar reputasi nya baik dan disukai oleh Masyarakat, oleh karena itu kualitas dari Mie Gacoan sangat di perhatikan agar loyalitas pelanggan terjaga dengan baik

3. Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Dipatiukur berada pada klasifikasi cukup baik. Dari kelima indikator terdapat indikator terkecil yaitu indikator Purchase Timing, dan indikator tertinggi yaitu Product Choice, secara keseluruhan variable Keputusan Pembelian pada kategori Cukup Baik. Dikarenakan makanan ini tidak baik di konsumsi secara berlebihan sehingga dapat berdampak negatif bagi kesehatan.

4.

- Viral Marketing berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Mie Gacoan Dipatiukur)

- Food Quality Berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Mie Gacoan Dipatiukur)

- Viral Marketing dan Food Quality berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Mie Gacoan Dipatiukur)

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai Pengaruh Viral Marketing dan Food Quality terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Mie Gacoan Dipatiukur), penelitian mengemukakan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dan karyawan:

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Viral Marketing yang berada pada klasifikasi Cukup Baik, sebaiknya pihak Mie Gacoan Dipatiukur lebih aktif dalam aktif memperkenalkan produk mie Gacoan melalui media sosial agar tercapainya pembeli yang banyak dan mencapai keuntungan yang baik dengan di

adanya diskon dan promo guna memikat hati pelanggan untuk membeli produk di Mie Gacoan Dipatiukur

2. Food Quality berada pada klasifikasi Cukup Baik, sudah seharusnya lebih memahami harapan dan kemauan konsumen dengan memperhatikan kebutuhan akan porsi mie serta memperhatikan aroma pada makanan agar konsumen lebih puas dengan porsi dan aroma mie.

3. Keputusan Pembelian berada pada klasifikasi Cukup Baik, sudah seharusnya lebih dapat ditingkatkan dengan memperbaiki seluruh faktor Viral Marketing dan Food Quality agar masyarakat memilih untuk membeli produk di Mie Gacoan Dipatiukur

4. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar lebih baik dalam meneliti Pengaruh Viral Marketing dan Food Quality terhadap Keputusan Pembelian, sehingga penelitian variabel-variabel ini akan lebih sempurna ataupun meneliti variabel yang belum diteliti oleh penulis mengenai Pengaruh Viral Marketing, dan Food Quality.