BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Promosi dan Viral Marketing terhadap Keputusan pembelian Pada Daff Yoghurt dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi yang dilakukan oleh Daff Yoghurt cenderung biasa-biasa saja, masih dalam kategori cukup baik. Dapat disimpulkan bahwa Daff Yogurt belum maksimal dalam melakukan promosi penjualan, ini terlihat dari kreativitas tenaga promosi Daff Yoghurt yang memasang iklan kurang menarik membuat calon konsumen tidak tertarik untuk membeli Daff Yoghurt.
2. Viral marketing Daff Yoghurt belum maksimal. Hal ini terlihat dari kurangnya pengetahuan konsumen tentang produk yang ditawarkan kepada konsumen serta kejelasan informasi yang tertera pada iklan di media sosial yang kurang jelas membuat konsumen kurang merasakan kesitimewaan Daff Yoghurt dibanding merek lain sehingga mereka kurang tertarik untuk merekomendasikan Daff Yohgurt kepada orang yang dikenalnya.
3. Keputusan pembelian konsumen terhadap produk Daff Yoghurt belum maksimal karena salah satu penyebabnya adalah kurangnya informasi yang didapat oleh konsumen sehingga konsumen tidak mengenal baik

produk Daff Yoghurt secara keseluruhan yang menyebabkan kurang tertariknya konsumen melakukan keputusan pembelian.

4. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Promosi dan Viral Marketing dapat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Daff Yoghurt secara signifikan baik secara parsial maupun simultan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada penelitian ini penulis memberikan sedikit masukan kepada Daff Yoghurt yang antara lain sebgai berikut:

1. Promosi yang dilakukan oleh Daff yoghurt sudah cukup baik, namun terlebih lagi yang disarankan untuk ditingkatkan oleh perusahaan, yaitu dengan membuat promosi yang menarik seperti desain produk/informasi tentang produk lebih menarik dengan menabahkan kalimat-kalimat kreatif yang mampu memndorong konsumen membeli produk Daff yoghurt.
2. Viral Marketing Daff yoghurt lebih di tingkatkan dan diperluas media sosial untuk mempromosikan produk Daff yoghurt, seperti mulai mempromosikan produk Daff yoghurt di Instagram, Line atau membuat iklan menggunakan youtube maupun fitur video di instagram yang mana menggunakan media sosial seperti yang di sampaikan diatas mampu dalam penghematan biaya periklanan.
3. Membuat desain produk/ kemasan yang menarik dan berbeda dengan produk yoghurt lainnya yang mana dapat menjadi ciri khas tersendiri terhadap produk Daff yoghurt dimata konsumen.

4. Memanfaatkan media sosial semaksimal mungkin agar dapat memperluas segmentasi perusahaan Daff yoghurt agar dapat dikenal lebih luas lagi produk-produk yang ditawarkan oleh Daff yoghurt.