

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial pemasaran viral tidak terdapat pengaruh signifikan antara pemasaran viral terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial sertifikasi halal terdapat pengaruh signifikan antara sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian.
3. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara suasana toko terhadap keputusan pembelian.
4. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial pengaruh signifikan antara pemasaran viral, sertifikasi halal dan suasana toko secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, maka saran – saran yang dapat diberikan peneliti yang sekiranya dapat berguna diantaranya adalah:

1. Saran Akademis

- a. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar dapat menyusuri penelitian-penelitian lebih banyak dan relevan dengan penelitian ini untuk mendapatkan perbandingan yang menyeluruh dan lengkap.
- b. Peneliti menyarankan juga untuk peneliti berikutnya agar melaksanakan penelitian tentang Pengaruh Pemasaran Viral, Sertifikasi Halal dan Suasana Toko terhadap Keputusan

Pembelian terhadap objek penelitian lain, yakni dengan menggunakan variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini yang bisa mempengaruhi variabel-variabel tersebut.

2. Saran Praktis

- a. Berdasarkan hasil penelitian tentang Pemasaran Viral pada item pernyataan “Saya mudah mendapatkan informasi lengkap mengenai Mixue Ice Cream seperti harga dan varian melalui media sosial (instagram, facebook, tiktok)” mempunyai rata-rata terendah yaitu 3, saran dari peneliti kepada pihak Mixue agar menginovasikan Pemasaran viral yang ingin dilakukan agar lebih meningkatkan keputusan pembelian, serta lebih update pada media sosial tentang promo terbaru ataupun menu terbaru dari Mixue Ice Cream.
- b. Berdasarkan hasil penelitian tentang Sertifikasi Halal pada item pernyataan “Adanya logo halal dalam kemasan Ice Cream adalah hal yang penting” mempunyai rata-rata terendah yaitu 3. Saran dari peneliti kepada pihak Mixue untuk meyakinkan konsumen dan menyampaikan informasi tentang produk halal tersebut sudah mengikuti standar MUI dan sesuai dengan syarat kehalalan suatu produk.
- c. Berdasarkan hasil penelitian tentang Suasana Toko pada item pernyataan “Tampilan luar yang menarik sehingga saya tertarik berbelanja di Mixue Ice Cream” mempunyai rata-rata terendah yaitu 3. Saran dari peneliti kepada pihak Mixue untuk lebih

meningkatkan tampilan pada gerai Mixue agar konsumen lebih tertarik untuk berbelanja dan melakukan pelebaran lokasi agar konsumen saat berbelanja lebih nyaman.

- d. Berdasarkan hasil penelitian tentang Keputusan Pembelian pada item pernyataan “saya membeli Ice Cream Mixue karena merek yang sangat dikenal” mempunyai rata-rata terendah yaitu 3. Saran dari peneliti kepada pihak Mixue untuk terus mengembangkan kualitas dan promosinya sehingga akan semakin banyak konsumen yang mengenal produk Ice Cream tersebut maka semakin meningkat konsumen melakukan keputusan pembelian pada Mixue.