

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Simpulan

Berdasarkan pada analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemasaran *viral* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen produk minuman Mixue di Jakarta.
2. Kesadaran merek terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen produk minuman Mixue di Jakarta.

B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Dari hasil penyebaran kuesioner mengenai variabel pemasaran *viral*, dapat diketahui bahwa rata-rata dari jawaban terhadap butir pernyataan oleh 102 responden yaitu setuju terhadap pemasaran *viral* Mixue, maka dari itu Mixue dapat mempertahankan konten pemasaran *viral* yang sudah dilakukan atau terus berinovasi dengan menciptakan konten iklan lainnya agar dapat menarik niat beli konsumen terhadap produk minuman Mixue.
2. Dari hasil penyebaran kuesioner mengenai variabel kesadaran merek, dapat diketahui bahwa rata-rata dari jawaban terhadap butir pernyataan oleh 102 responden yaitu setuju terhadap kesadaran merek Mixue, maka dari itu Mixue dapat mempertahankan strategi terkait kesadaran merek Mixue dengan tetap memiliki serta menggunakan logo identik yang mudah untuk dikenali dan diingat oleh konsumen.

