



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah peneliti lakukan dan dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pemasaran *viral* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mixue.
2. Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mixue.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

##### 1. Bagi Perusahaan

- a. Penelitian yang telah dilakukan pada variabel pemasaran *viral* Mixue membuktikan bahwa Mixue telah berhasil dalam melakukan pemasaran *viral*, sehingga Mixue dapat tetap mempertahankan pemasaran *viral* yang dilakukan sehingga keputusan pembelian dapat meningkat. Namun pada variable pemasaran *viral* Mixue perlu meningkatkan beberapa faktor yang dapat dilihat pada indikator yang menunjukkan skor terendah pada rata-rata variable pemasaran *viral* yakni “Menurut saya, produk Mixue memberikan pesan yang persuasive bagi saya untuk membeli produknya” dengan skor 3,97.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

- b. Penelitian yang telah dilakukan pada variabel harga Mixue membuktikan bahwa Mixue telah berhasil menawarkan harga yang terjangkau, sehingga mixue dapat mempertahankan harganya sehingga keputusan pembelian dapat meningkat.

## 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, yang nantinya penelitian selanjutnya dapat mencakup varibel yang lebih luas dan bermanfaat.

### **© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.