

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh viral marketing, kualitas produk, *electronic word of mouth* terhadap minat beli Bittersweet by Najla yang menggunakan Partial Least Square (SmartPLS), maka dapat disimpulkan penelitian ini memberikan hasil:

Variabel Viral Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Bittersweet by Najla. Hal ini sejalan dengan hipotesis penelitian yang memberikan hasil bahwa viral marketing mendapatkan respon positif yang menciptakan persepsi yang baik yang dapat mempengaruhi minat beli. Hipotesis viral marketing berpengaruh signifikan terhadap minat beli Bittersweet by Najla dengan hasil penelitian dapat diterima.

Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Bittersweet by Najla. Hal ini sejalan dengan hipotesis penelitian yang memberikan hasil bahwa kualitas produk pada Bittersweet by Najla mendapatkan respon positif yang menciptakan persepsi yang baik yang mempengaruhi minat beli. Hipotesis kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli Bittersweet by Najla dengan hasil penelitian dapat diterima.

Variabel *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Bittersweet by Najla. Hal ini sejalan dengan hipotesis penelitian yang memberikan hasil bahwa *electronic word of mouth* pada Bittersweet by Najla mendapatkan respon positif yang menciptakan persepsi yang baik yang mempengaruhi minat beli. Hipotesis *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat beli Bittersweet by Najla dengan hasil penelitian dapat diterima.

#### V.2 Saran

Berdasarkan pembahasan serta kesimpulan pada hasil penelitian, maka peneliti memiliki saran sebagai berikut:

Nurul Anisah, 2023

PENGARUH VIRAL MARKETING, KUALITAS PRODUK DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI BITTERSWEET BY NAJLA

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

### a. Perusahaan

1. Manajemen perusahaan dapat meningkatkan promosi pada media sosial dan membuat inovasi baru yang kreatif dan menarik untuk meningkatkan teknik viral marketing yang lebih luas dalam minat beli dessert box Bittersweet by Najla.
2. Bittersweet by Najla dapat menggunakan *influencer* yang sesuai dalam mempromosikan dessert box untuk mempengaruhi minat beli calon konsumen.
3. Bittersweet by Najla dapat meningkatkan kualitas produk seperti kemasan, varian produk diperbanyak, meningkatkan citra rasa yang berbeda dengan menerima masukan keinginan calon konsumen serta dapat memperhatikan kestabilan harga dan diskon yang menarik.
4. Bittersweet by Najla dapat mencantumkan *review* konsumen dalam melakukan pembelian produk *dessert box* supaya calon konsumen dapat lebih mudah mendapatkan informasi produk dan opini mengenai produk.

### b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat sebagai acuan pada penelitian selanjutnya. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan data dan variabel yang lebih bervariasi dan terbaru untuk memperluas sampel dan populasi dalam mendapatkan hasil yang maksimal dengan menciptakan inovasi baru yang mempengaruhi minat beli produk.