

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh viral marketing, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dapat disimpulkan beberapa hal berikut ini:

1. Viral marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Thrifting* di kota Bengkulu. Hal ini berarti semakin viral produk *Thrifting* tersebut maka keputusan pembelian konsumen juga akan semakin meningkatkan.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *Thrifting* di kota Bengkulu. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk yang ditawarkan pasar maka akan semakin menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *thrifting* di kota Bengkulu. Hal ini semakin banyaknya variasi harga yang di tawarkan dan terjangkau oleh konsumen maka konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian produk *Thrifting* tersebut.
4. Viral marketing, kualitas produk dan harga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Thrifting* di kota Bengkulu. Artinya keputusan pembelian konsumen akan meningkat.

dengan adanya strategi viral marketing, peningkatan kualitas produk, dan harga yang terjangkau.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang viral marketing (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk *Thrifting* di kota Bengkulu. Ada beberapa hal yang perlu menjadi bahan pertimbangan serta saran bagi seluruh pihak, yaitu sebagai berikut:

1. Pada pelaku usaha yang menggunakan strategi viral marketing, harus dapat mengoptimalkan viral marketing untuk mempertahankan pengaruh viral marketing pada keputusan pembelian konsumen, pelaku usaha harus terus menghasilkan konten menarik di media sosial. Menggunakan platform seperti Instagram dan TikTok untuk menampilkan koleksi terbaru serta membuat video kreatif dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Membangun Komunitas Online, Membangun komunitas online di sekitar merek dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Mengadakan kontes atau giveaway di media sosial dapat mendorong interaksi positif antara merek dan konsumen.
2. kualitas produk, pelaku usaha harus Menjaga Kualitas Produk, Memastikan kualitas produk tetap tinggi adalah kunci untuk mempertahankan kepuasan pelanggan. Pelaku usaha harus terus memilih barang-barang berkualitas baik untuk dijual serta memberikan deskripsi yang akurat mengenai kondisi barang.
3. Harga menjadi faktor penting dalam menjalankan usaha maka dari itu, pelaku usaha harus terus mengetahui strategi dalam menetapkan harga, selain itu

pelaku usaha juga dapat Mempertahankan harga yang kompetitif sambil memberikan nilai lebih melalui promosi atau diskon akan membantu menarik lebih banyak pelanggan. Pelaku usaha juga bisa menawarkan program loyalitas untuk pelanggan tetap agar mereka merasa dihargai. Selain itu pelaku usaha juga dapat Kolaborasi dengan Influencer, Berkolaborasi dengan influencer lokal dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas merek. Influencer dapat membantu mempromosikan produk melalui konten mereka, sehingga menjangkau audiens baru. Menggunakan Ulasan, Pelanggan Mengumpulkan ulasan positif dari pelanggan dapat meningkatkan kepercayaan calon konsumen baru. Pelaku usaha harus mendorong pelanggan untuk memberikan ulasan setelah berbelanja agar dapat digunakan sebagai bukti sosial.

4. Untuk penelitian selanjutnya terkhusus untuk penelitian yang sama disarankan dapat menganalisis lebih dalam bagaimana media social, khususnya strategi viral maketing, mremengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk *Thriftling* jika penelitian tentang keputusan pembelian disarankan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan instrument penelitian (kuesioner) yang lebih komprehensif dan valid untuk mengukur variabel-variabel penelitian selanjutnya.

