

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data mengenai pengaruh *viral marketing* dan kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian pupuk kompos dengan minat beli sebagai variabel intervening pada konsumen pupuk kompos Qirama di Kabupaten Magetan.

Variabel *Viral Marketing* (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada konsumen pupuk kompos Qirama di Kabupaten Magetan. Dengan hasil tersebut, pada penelitian ini dapat membuktikan bahwa jika promosi menggunakan metode *viral marketing* dan dimanfaatkan dengan baik sehingga diketahui oleh banyak orang maka akan menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian

Variabel Kepercayaan pelanggan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada pupuk kompos Qirama di Kabupaten Magetan. Dengan hasil tersebut, pada penelitian ini dapat membuktikan bahwa jika produk yang dijual dipercayai oleh pelanggan baik dari segi kualitas, harga yang terjangkau kemudahan dalam proses pembelian sehingga konsumen dapat dengan mudah untuk memutuskan pembelian produk pupuk kompos Qirama.

Variabel *Viral Marketing* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Z) konsumen pada pupuk kompos Qirama di

Kabupaten Magetan. Dengan hasil tersebut, pada penelitian ini dapat membuktikan bahwa jika promosi menggunakan metode *viral marketing* dan dimanfaatkan dengan baik sehingga diketahui oleh banyak orang dan sudah viral maka akan menarik minat beli konsumen

Variabel Kepercayaan pelanggan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Z) pada pupuk kompos Qirama di Kabupaten Magetan. Dengan hasil tersebut, pada penelitian ini dapat membuktikan bahwa dengan adanya pernyataan positif atau *feedback* dari pelanggan maka akan menciptakan minat beli konsumen.

Variabel Minat beli (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen pada pupuk kompos Qirama di Kabupaten Magetan. Dengan hasil tersebut, pada penelitian ini dapat membuktikan bahwa minat mampu mempengaruhi konsumen dengan adanya faktor-faktor yang dimiliki untuk menciptakan keputusan pembelian pada produk pupuk kompos Qirama di Kabupaten Magetan

Variabel *Viral Marketing* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y) melalui minat beli (Z) sebagai variabel intervening pada konsumen pupuk kompos Qirama di Kabupaten Magetan. Dengan hasil tersebut, pada penelitian ini dapat membuktikan bahwa promosi yang dilakukan melalui internet dan diketahui oleh banyak orang maka akan mempengaruhi minat dan menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Variabel Kepercayaan pelanggan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) melalui minat beli (Z) sebagai variabel intervening pada konsumen pupuk kompos Qirama di Kabupaten Magetan. Dengan hasil tersebut, pada penelitian ini dapat dibuktikan bahwa jika konsumen telah merasakan manfaat yang dirasakan oleh produk yang pernah dibeli maka akan memunculkan minat untuk melakukan keputusan pembelian secara terus – menerus.

B. Implikasi dan Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa *viral marketing* dan kepercayaan pelanggan menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening. Setelah memanfaatkan promosi dengan metode *viral marketing* dijalankan dengan baik maka produk pupuk kompos Qirama semakin *viral* sehingga menjadi rekomendasi banyak orang untuk menentukan kebutuhan terutama pada bidang pertanian. Diharapkan pihak pupuk kompos Qirama kedepannya dapat lebih konsisten dalam membuat kesepakatan terutama dalam janji sehingga penjual dapat diyakini penuh oleh konsumen dalam hal menjaga kesepakatan dengan konsumen. Penelitian ini ,memiliki implikasi terhadap bertambahnya khasanah ilmu pengetahuan terutama yang memiliki kaitan dalam bidang manajemen pemasaran. Peneliti berharap pada penelitian selanjutnya untuk menggunakan variabel yang lebih baik sehingga hasil yang diberikan dapat memuat pengetahuan yang lebih luas lagi dan cakupan yang lebih besar.

Beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan simpulan yang telah disebutkan adalah sebagai berikut :

1. Saran Praktis

Produk pupuk kompos Qirama perlu mempertahankan kualitas produk dan memberikan harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan serta mengimplementasikan pemasaran menggunakan metode *viral marketing* untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan terkait produk tersebut. Konsumen akan lebih selektif dalam membeli produk baik dari segi harga dan kualitas.

2. Saran Teoritis

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengevaluasi variabel dari *viral marketing*, kepercayaan pelanggan, dan keputusan pelanggan terhadap minat beli konsumen kedalam strategi pemasaran produk. Variabel lainnya diharapkan dapat diketahui pengaruhnya dan menyempurnakan hasil dari penelitian.

3. Saran Akademis

Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti dengan menggunakan variabel lainnya, menggunakan teori dan cara analisis lainnya juga untuk menggunakan teori dan cara analisis lainnya juga untuk menghasilkan penemuan baru yang dapat bermanfaat bagi semua orang.

