

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. *Viral Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Ayam Geprek Jani. Nilai t positif menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara *Viral Marketing* dengan Keputusan Pembelian di Rumah Makan Ayam Geprek Jani. Hal ini menunjukkan bahwa viral marketing di rumah makan geprek jani sudah menyebar luas dan konsumen sudah banyak yang tahu keberadaan geprek jani karena ada konsumen yang pernah membeli di geprek jadi merasa puas degan produk yang ada di sana kemudian merekomendasikan ke kerabat, keluarga atau orang terdekat sehingga semakin hari semakin banyak yang tahu keberadaan geprek jani.
2. Kualitas Makanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Ayam Geprek Jani. Nilai t positif menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara Kualitas Makanan dengan Keputusan Pembelian. Koefisien dari regresi untuk pengujian hipotesis pertama yakni positif. Nilai t positif menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara kualitas ,akanan dengan keputusan pembelian.

3. Secara simultan variabel bebas (*Viral Marketing* dan Kualitas Makanan) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian di Rumah Makan Ayam Geprek Jani). Hal ini menunjukkan bahwa adanya keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang di Rumah Makan Ayam Geprek Jani. Kemudian berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan besarnya koefisien korelasi yakni sebesar 0,795. Atau dengan kata lain, hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat yakni sebesar 79,5%. Sehingga dapat dikatakan bahwa Variabel *Viral Marketing* memiliki hubungan yang erat dengan variabel Keputusan Pembelian di Rumah Makan Ayam Geprek Jani.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya pihak Rumah Makan Ayam Geprek Jani berupaya untuk memberikan arahan kepada karyawan agar bisa meningkatkan kualitas makanan sehingga adanya kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang di Rumah Makan Ayam Geprek Jani.
2. Sebaiknya karyawan Rumah Makan Ayam Geprek Jani berusaha meningkatkan kinerjanya agar semakin banyak konsumen yang berminat untuk membeli di Rumah Makan Ayam Geprek Jani.
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya merekonstruksi bentuk-bentuk pernyataan dalam penelitian ini, serta mengembangkan operasional variable.

Langkah yang dapat dilakukan yakni dengan menggunakan skala guttman dalam pengumpulan data agar hasil jawaban responden dapat lebih objektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, Natasya Putri, Suharyono dan Sunarti. 2014. Pengaruh Viral Marketing terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Malang. Vol 11.No 1 hal1-5.
- Atmoko, T. P. H. (2017). Peningkatan Higiene Sanitasi Sebagai Upaya Menjaga Kualitas Makanan Dan Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Dhamar Palembang. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(1), 1–9.
- Clara Chandra Komala, Nor Norisanti, Asep M. Ramdan. 2019. Analisis Kualitas Makanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Konsumen pada Industri Rumah Makan. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*. Fakultas Ilmu Administrasi dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Sukabumi. Volume 3 No. 2.
- Desy Irana Dewi Lubis, Rahmat Hidayat. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan. Medan. Vol. 5, No. 1. 15-24.
- Dicki Sandala, James D.D Massie, Willem J.F.A Tumbuan. 2019. Pengaruh Viral Marketing, Food Quality dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mom Milk Manado. *Jurnal EMBA*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi. Manado. Vol. 7 No. 3, Hal. 2721 – 2730
- Eliya Fatma Harahap. 2018. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Kendaraan Bermotor pada PT Asuransi Sinarmas Cabang Garut. *Journal of Knowledge Management*. Fakultas Ekonomi, Universitas Garut (UNIGA). Vol. 12, No. 01. Hal. 012-020.

- Hanisah. (2017). Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Lendot di Kawasan Wisata Taman Kota Coastal Area Kabupaten Karimun, 4(2), 1–10.
- Jin, N., Lee, S., & Huffman, L. (2012). Impact of Restaurant Experience on Brand Image and Customer Loyalty: Moderating Role of Dining Motivation. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 29(6), 532-551.
- Kotler, P., & Keller, Kevin L. (2008). Manajemen Pemasaran. (S. Bob, Ed.) (Edisi 13 j). Jakarta: Erlangga.
- Knight, J.B., Kotschevor, L. (2000). *Quality Food Production Planning and Management*: 3rd Edition. Canada: Simultaneously.
- Nurul Chotimah. 2018. Pengaruh Suasana, Kualitas Makanan dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Wedangan Ijo Makam Haji. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Surakarta.
- Putro Bagus Sulisty, Sudaryanto, Ari Subagio. 2015. Analisis Pengaruh Viral Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Twitter @Jemberbanget). *Artikel Ilmiah Mahasiswa*. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember (UNEJ).
- Retno Susilowati, Edriana Pangestuti, Aniesa Samira Bafadhal. 2019. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Malang. Vol. 66 No. 1.
- Skrob, John. Robert. 2005. *Open Source and Viral Marketing*. Vienna.
- Sri Wiludjeng SP, Tresna Siti Nurlala. 2013. Pengaruh viral marketing terhadap keputusan pembelian pada pt “x”. *Proceeding Seminar Nasional Dan Call For Papers Sancall 2013*. Universitas Widyatama. Surakarta.

- Sugianto, J., & Sugiharto, S. 2013. Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–10.
- Swastha, B., Irawan., Handoko, H. T. (2011). Manajemen Pemasaran-Analisis perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyono. 2016. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan RdanD. Penerbit CV. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2004. Metode Penelian Bisnis. Cetakkan keenam. Bandung: CV Alfabeta
- Wijaya, W., & Petra, U. K. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 581–594.