

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada konsumen usaha kuliner Cake by Nadia menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel diambil dari konsumen usaha Cake by Nadia berjumlah 200 responden dimana survey berbentuk kuesioner pada penelitian ini diselenggarakan berbasis *online* dengan pengolahan data dibantu dengan alat SmartPLS 3.0, dapat disimpulkan bahwa :

Perbaikan pembahasan dulu

- 1) Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Viral Marketing memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen, dimana strategi viral marketing yang dilakukan pihak Cake by Nadia yaitu membagikan informasi melalui instagram @cakebynadia dan mengandalkan suara konsumen secara online untuk menyebarkan konten mengenai produk Cake by Nadia kepada para pengikutnya untuk sebagai dorongan atas keberadaan usaha.
- 2) Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Viral Marketing memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen, dimana konten yang berisikan mengenai tampilan produk yang menarik perhatian konsumen dan data informasi yang lengkap kemudian juga didorong oleh rekomendasi oleh orang yang dikenal dapat mempengaruhi kembali rasa minat beli konsumen untuk membeli kembali karena dorongan informasi yang semakin lengkap, daya visual konten @cakebynadia yang baik kemudian dilengkapi dengan pengalaman yang positif terhadap usaha.
- 3) Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Kepercayaan Konsumen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli Ulang, artinya kepercayaan diciptakan dari bagaimana pihak usaha melayani dan menjaga hubungan baik kepada konsumen dan juga menjaga kualitas dan nilai produk yang diberikan kepada konsumen sama dengan yang ditampilkan atau dipasarkan.

- 4) Hasil dari Uji hipotesis adalah didapatkan hasil dimana Viral Marketing memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepercayaan Konsumen sebagai variabel intervening pada penelitian ini terhadap konsumen Cake by Nadia. Dimana viral marketing memiliki peran penting untuk menarik *product awareness* pada usaha Cake by Nadia. Dimana semakin banyak informasi dan testimoni positif dari konsumen terhadap produk, menciptakan rasa preferensi karena perasaan aman dan nyaman oleh konsumen sehingga konsumen dengan senang hati melakukan pembelian kembali.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan sebagai masukan yang dilihat dari keadaan dan hasil analisis data penelitian ini adalah :

- 1) Strategi Viral Marketing yang diterapkan oleh Cake by Nadia melalui akun @cakebynadia untuk mempromosikan usaha dan produk sudah dinyatakan sebagai kategori baik. Saran yang mungkin dapat disampaikan adalah meningkatkan daya visual pada produk yang ditampilkan. Instagram adalah media sosial dengan kekuatan daya visual, semakin bagus dan terkesan profesional suatu konten maka audiens menjadi lebih tertarik dan meningkatkan rasa ingin tahu terhadap produk dan usaha.
- 2) Strategi Viral Marketing pada akun @cakebynadia mungkin akan mengalami hambatan pada saat akun resmi bisnisnya hanya dijadikan private atau dikunci, dimana hanya bisa dilihat jika pengguna akun sudah disetujui untuk menjadi pengikut di akun @cakebynadia. Alangkah baiknya jika akun @cakebynadia dibuka publik agar semua postingan mengenai informasi dasar, gambar produk hingga testimoni konsumen bisa dilihat oleh orang yang ingin mengenali bisnis Cake by Nadia.
- 3) Yang diharapkan pada penelitian ini dimana dapat menjadi acuan sebagai penelitian selanjutnya dimana mungkin keadaan teknologi dan internet pasti mengalami perubahan seiring waktu, topik ini memiliki kemungkinan besar untuk berkembang seiring berkembangnya internet dan teknologi.

