

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial Variasi Produk, *Korean Wave* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap keputusan Pembelian Mi Instan Korea Samyang (*Buldalk Bukkeummyeom*) oleh Gen Z di Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan aplikasi Partial Least square (PLS) model yang diajukan pada penelitian ini dapat menjelaskan variabel Keputusan Pembelian sebesar 91,5% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Dengan demikian berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variasi Produk memberikan pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian mi instan korea Samyang (*Buldalk Bukkeummyeom*) oleh Generasi Z di Kota Jambi. Dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau semakin bagus struktur fisik, tampilan, ketersediaan produk serta semakin banyak cita rasa yang disediakan oleh produsen maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, Variasi produk yang luas dapat memberikan kepuasan yang lebih besar bagi konsumen.
2. *Korean Wave* memberikan pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Korea Samyang (*Buldalk Bukkeummyeom*) oleh Gen Z di Kota Jambi. Dengan demikian hal ini menunjukkan jika perkembangan masuk nya *Korean Wave* yang semakin meningkat dan promosi yang dilakukan menggunakan aktor atau aktris yang terkenal asal korea maka akan semakin meningkat pula tingkat keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen, terkhusus nya oleh Generasi Z di Kota Jambi
3. *Electronic Word of Mouth* memberikan pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Korea Samyang (*Buldalk Bukkeummyeom*) oleh Gen Z di Kota Jambi. Dengan demikian penelitian ini menunjukkan bahwa semakin sering seseorang melakukan interaksi *melalui Electronic Word of Mouth* dan meninggalkan ulasan-ulasan baik mengenai produk Mi

Instan Samyang (*Buldalk Bukkeummyeom*) maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian yang akan di lakukan oleh seseorang terkhusus nya oleh Generasi Z di Kota Jambi.

6.2 Saran

Dari hasil kesimpulan serta pembahasan pada setiap bab yang ada dalam penelitian ini, maka penelitian ini memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Peneliti hanya meneliti variabel Variasi Produk, *Korean Wave* dan *Electronic Word of Mouth*. Peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat menguji variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini untuk mengukur jenis pemasaran lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian Mi Instan Korea Samyang (*Buldalk Bukkeummyeom*)
2. Dikarenakan penelitian ini meneliti hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau secara langsung, diharapkan untuk peneliti selanjutnya meneliti penelitian ini secara tidak langsung atau menggunakan variabel mediasi atau intervening.
3. Dikarenakan yang paling berpengaruh adalah variabel *Electronic word of Mouth* (E-WOM) disarankan kepada Perusahaan Samyang *Food* agar dapat terus melakukan promosi berupa konten-konten menarik terkait produk Mi Instan Samyang (*Buldalk Bukkeummyeom*), di dukung dengan memperbaiki tampilan, ukuran, dan cita rasa produk dikarenakan hal-hal tersebut merupakan indikator yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Mi Instan Korea Samyang (*Buldalk Bukkeummyeom*).
4. Dikarenakan yang paling berpengaruh adalah variabel *Electronic word of Mouth* (E-WOM) disarankan kepada para konsumen yang membeli produk Mi Instan Korea Samyang (*Buldalk Bukkeummyeom*) untuk meninggalkan jejak dan komentar-komentar positif di jejaring sosial dan menggunakan media sosial dengan baik dan benar.