

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan terkait penelitian yang dilakukan dengan judul Pengaruh *Viral Marketing* dan *Lifestyle* Mahasiswa Muslim Kota Serang Terhadap Minat Pembelian Produk Mixue Ice Cream & tea (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi syariah 2022) yaitu sebagai berikut:

1. Secara parsial *viral marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian produk Mixue Ice Cream & Tea, terlihat dari hasil uji t pada *viral marketing* membuktikan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,164 > 1,670$) dengan tingkat signifikan ($0,001 < 0,1$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak dan menarik konten *viral marketing* yang dilakukan oleh sebuah merek produk maka akan semakin meningkat juga minat pembelian konsumen terhadap merek tersebut.

2. Secara parsial *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk Mixue Ice Cream & Tea, terlihat dari hasil nilai t_{hitung} yaitu sebesar 6,917 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,670 yang berarti nilai $t_{hitung} 6,916 > t_{tabel} 1,670$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,1$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat gaya hidup seseorang maka akan semakin tinggi pula minat pembelian yang akan dilakukan.
3. Secara simultan *viral marketing* dan *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk mixue ice cream & tea, hal ini terlihat dari hasil uji F yang diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel} (31,084 > 2,39)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,1$. Hasil ini menunjukkan bahwa Semakin tinggi tingkat pemasaran *viral* semakin tinggi pula minat pembelian konsumen. Adapun dalam penilaian gaya hidup mahasiswa dapat dilihat dari kegiatan aktivitas, minat, opini, dan kebiasaan para konsumen yang mengikuti arus perubahan zaman.

B. Saran

Berdasarkan adanya kekurangan maupun keterbatasan dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang diberikan oleh penulis dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian serupa untuk mengembangkan penelitian ini dengan cara menggunakan variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini yang bisa mempengaruhi *viral marketing* dan *lifestyle* dalam minat pembelian.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan kepada pihak perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas dan promosinya dengan mengikuti gaya hidup yang terjadi sehingga akan semakin banyak konsumen tertarik dalam melakukan minat pembelian pada produk mixue. Di sarankan juga untuk terus memperhatikan perkembangan dan kebutuhan gaya hidup para konsumen yang terus berubah dengan diikuti oleh

berkembangnya zaman, dan harus disesuaikan dengan strategi yang akan dijalankan agar konsumen tidak pindah ke pesaing lain.