

## BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan diatas mengenai Pengaruh *Viral Marketing*, *Celebrity Endorser* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian BTS Meal (Studi Konsumen McDonald's di BSD)

maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh kuat dan signifikan antara *Viral Marketing* dan keputusan pembelian BTS Meal dengan nilai T Statistics 5.551 dan P-Values 0,000.
2. Hasil penelitian ini *Celebrity Endorse* berpengaruh kuat dan signifikan terhadap keputusan pembelian BTS Meal dengan nilai T Statistics 2.573 dan P-Values 0,010.
3. Pada penelitian ini ditemukan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian BTS Meal karena nilai T Statistics 1.731 dan P-Values 0,084 .

### 1.2 Saran

1. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan atau mencoba variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen tetapi tidak terdapat pada penelitian ini.
2. Diharapkan peneliti selanjutnya melakukan penelitian yang masih berkaitan dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini sehingga penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian lainnya.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian berkaitan dengan penelitian ini dari sisi bisnis apakah menguntungkan untuk McDonald's.