

## BAB V

### KESIMPULAN & SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat dibuat kesimpulan dari hasil penelitian ini yakni :

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa persepsi tentang *viral marketing*, norma subjektif, dan gaya hidup terhadap Keputusan pembelian rokok elektrik (vape) di Masyarakat kota kupang adalah cukup baik, dengan persentase masing-masing sebesar 61,47% dan 60,76%. Gambaran konsumen tentang gaya hidup dan Keputusan pembelian pada Toko Vapexx Kupang adalah cukup baik, dengan persentase masing-masing sebesar 54,45% dan 48,38%.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) dapat disimpulkan bahwa variable *viral marketing*, norma subjektif dan Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup. Artinya *viral marketing* dan norma subjektif pada Toko Vapexx Kupang mampu menarik perhatian konsumen sehingga dapat memunculkan gaya hidup pada konsumen. Hasil dari penelitian ini, menerima hipotesis yang diajukan.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis, dapat disimpulkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, norma subjektif yang terjadi pada lingkungan masyarakat tidak dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada Toko Vapexx Kupang. Karena keputusan

pembelian tidak didasarkan pada norma subjektif melainkan hanya sebagai persepsi diri konsumen. Hasil dari penelitian ini menerima hipotesis yang diajukan.

4. Berdasarkan hasil uji hipotesis, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, sebelum keputusan pembelian dilakukan konsumen mencari informasi dan melakukan evaluasi alternatif mengenai selera dan keyakinan mereka dalam mengonsumsi suatu produk, yang berarti bahwa konsumen sudah memiliki persepsi untuk membeli. Hasil dari penelitian ini menerima hipotesis yang diajukan.
5. Variabel gaya hidup mampu memediasi pengaruh *viral marketing*, dan norma subjektif, terhadap keputusan pembelian.
6. Berdasarkan nilai *R square*, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi variabel Gaya Hidup sebesar 0.499 dan koefisien determinasi variabel keputusan pembelian sebesar 0.504. Nilai ini menerangkan bahwa kontribusi variabel *viral marketing*, norma subjektif, dan keputusan pembelian terhadap gaya hidup adalah sebesar 50,1% dan kontribusi variabel *viral marketing*, dan norma subjektif terhadap keputusan pembelian adalah 50,4%.

## **B. Saran**

1. Toko Vapexx Kupang perlu meningkatkan strategi pemasaran seperti diskon atau promosi menarik kepada konsumen, memperluas informasi dan pilihan produk, memperbaiki layanan terhadap konsumen dan terus meningkatkan

kinerja untuk penyesuaian strategi yang tepat, sehingga konsumen dapat meningkatkan jumlah pembelian.

2. Toko Vapexx Kupang perlu meningkatkan informasi mengenai produk melalui pembuatan iklan/konten kreatif pada media sosial untuk menarik perhatian konsumen dengan cara memberikan diskon dan menyediakan stok produk yang banyak agar sesuai dengan kebutuhan konsumen.
3. Toko Vapexx Kupang juga perlu meningkatkan kualitas produk yang dijual dan membuat tampilan toko yang menarik dan nyaman bagi konsumen agar dapat menciptakan pengalaman pembelian yang menarik.