

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini yang berjudul Pengaruh Harga, Media Sosial Marketing Dan Emotional Influences Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Mixue Pada Generasi Muda Di Kota Surabaya dengan menggunakan metode kuantitatif. Bertujuan untuk menguji dan menganalisis apa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan pada setiap variabel harga, media sosial marketing dan emotional influences terhadap keputusan pembelian minuman mixue pada generasi muda di Kota Surabaya. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan :

1. Pada variabel harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung yang bernilai 1,710 memiliki nilai lebih besar dari t –tabel yang bernilai 1,660 dan nilai signifikansi $0,091 > 0,05$.
2. Pada variabel emotional influences secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai t- hitung yang bernilai 1,647 memiliki nilai lebih kecil dari t –tabel yang bernilai 1,660 dan nilai signifikansi $0,103 > 0,05$.
3. Pada variabel media sosial marketing secara signifikan berpengaruh parsial yang memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan t- thitung yang bernilai 4,139 memiliki nilai $>$ dari t –tabel yang bernilai 1,660 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$
4. Variabel harga, Media Sosial Marketing dan Emotional Influences secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai f- hitung yang bernilai 91,023 memiliki nilai $>$ dari f –tabel yang bernilai 2,70 dengan signifikan $0,000 <$ dari *alpha* 0,05.

5.2 Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini bisa dijadikan pedoman, referensi, pendukung dan pembanding untuk menambahkan variable lainnya selain harga, media

sosial *marketing*, dan *emotional influences*.Peneliti selanjutnya juga dapat melakukan penelitian pada objek yang berbeda dan menambahkan variabel terbaru yang belum digunakan pada penelitian lain

2. Bagi produk mixue diharapkan dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan baik dari segi harga, rasa, tampilan dan sebagainya. Serta tetap memberikan konten dan promosi yang menarik melalui media sosial karena hal tersebut mempengaruhi terhadap keputusan pembelian konsumen.