

## **BAB V PENUTUP**

### **1.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *experiential marketing* dan *viral marketing* terhadap *repurchase intention smartphone* Samsung di Kota Probolinggo, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention smartphone* Samsung di Kota Probolinggo.
2. *Viral marketing* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention smartphone* Samsung di Kota Probolinggo.
3. *Experiential marketing* dan *viral marketing* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention smartphone* Samsung di Kota Probolinggo.
4. Variabel *viral marketing* berpengaruh dominan terhadap *repurchase intention smartphone* Samsung di Kota Probolinggo.

### **1.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, berikut saran yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Bagi praktisi, hendaknya dapat terus menjaga hubungan baik dengan konsumennya melalui *experiential marketing* sehingga dapat memberikan pengalaman yang baik bagi konsumen dan meningkatkan *repurchase intention*.

2. Bagi praktisi, hendaknya dapat memperhatikan peluang-peluang yang ada salah satunya melalui media sosial dan memanfaatkan peluang tersebut sebaik mungkin untuk dapat terus memenangkan persaingan pasar.
3. Bagi Akademisi, mengetahui besarnya pengaruh *experiential marketing* dan *viral marketing* terhadap *repurchase intention*, maka penulis merekomendasikan untuk penelitian selanjutnya agar menambah variabel lainnya yang mampu mempengaruhi *repurchase intention smartphone* Samsung di Kota Probolinggo. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan variabel yang sejenis namun pada objek yang berbeda atau berusaha memperdalam dan memperluas jangkauan penelitian ini dengan menambah variabel, memperluas sampel penelitian dan melakukan pengujian yang lebih mendalam.