

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab V akan menjelaskan kesimpulan dari hasil analisis data dan saran peneliti yang diberikan kepada Circle-K di jalan Surya Sumantri di sekitar Universitas Maranatha Bandung.

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini terdapat pengaruh *Identity related judgment* terhadap perilaku *Word-of-mouth* (WOM) di Circle-K sekitar Universitas Maranatha Bandung yaitu dengan hasil SPSS yang menjelaskan terdapat pengaruh sebesar 81,6% dan sisanya dipengaruhi faktor-faktor lain sebesar 18,4 %.

Keterbatasan Penelitian

- Keterbatasan pada penelitian ini , adalah pada awalnya peneliti menggunakan variabel afektif identifikasi sebagai variabel bebas (X2), ketika pada saat melakukan uji asumsi klasik heterokedastisitas terbukti bahwa afektif identifikasi tidak terbebas dari hetero karena diketahui bahwa nilai signifikan diatas 5% atau 0.05 dapat dikatakan tidak terbebas dari hetero sehingga variabel tersebut tidak dapat dilanjutkan ke uji selanjutnya. maka peneliti menggunakan uji analisis regresi linear sederhana.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

- Sampel penelitian yang digunakan peneliti 350 responden, ketika pada saat menyebarkan kuesioner data yang dapat peneliti olah menjadi 264 responden dan sebagian sisanya 86 di nyatakan *valid*.

5.2 Saran

- Saran yang di ajukan peneliti untuk penelitian selanjutnya agar dapat melengkapi variabel *continuance commitment* dan afektif identifikasi dengan menambahkan jumlah sampel dalam penyebaran kuesioner-nya.
- Saran yang di ajukan peneliti kepada Circle-K, dalam penelitian ini adalah circle-k harus lebih agresif dalam melancarkan program promosi kepada masyarakat, seperti contoh promosi yang dapat di lakukan oleh circle-k misalnya memberikan gratis secangkir kopi panas kepada pengunjung yang datang di atas jam 01.00 WIB malam atau promo lain untuk mencapai target banyak konsumen. Mungkin cara efektif ini untuk mengimbangi harga produk circle-k yang lebih mahal ketimbang minimarket lainnya.