

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah penulis mengadakan pembahasan mengenai Pengaruh Word of Mouth (X) terhadap *Keputusan Pembelian* (Y), maka penulis dalam bab ini akan menarik suatu kesimpulan dan memberikan saran berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam bab sebelumnya.

1. Hasil analisis deskriptif data penelitian untuk Penerapan variable *Word of Mouth*, maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Penerapan *Word of Mouth* dengan total persentase jawaban sebagai berikut :

- Sangat tidak setuju 2,8 %
- Tidak setuju 8,9 %
- Netral 23%
- Setuju 54%
- Sangat setuju 11,3%

Sebagian besar responden memilih setuju dengan penerapan *Word of Mouth*, bisa dilihat dari hasil dari data yang didapat yaitu sebesar 54 %.

2. Hasil analisis deskriptif data penelitian untuk Peningkatan variabel *Keputusan Pembelian* maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang Peningkatan variabel *Keputusan pembelian* dengan total persentase sebagai berikut :

- Sangat tidak setuju 3 %
- Tidak setuju 10 %
- Netral 22,4 %
- Setuju 48 %
- Sangat setuju 16,6 %

Sebagian besar responden memilih setuju dengan peningkatan variabel Keputusan Pembelian, bisa dilihat dari hasil dari data yang didapat yaitu sebesar 48 %.

3. Keseluruhan pemaparan analisis perhitungan statistik diperoleh uji korelasi sebesar 0.305 dimana diperoleh nilai sebesar 30,5%% sedangkan sisanya sebesar 69,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diajukan saran, antara lain :

1. Disarankan bagi perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan adanya pengaruh positif dari penerapan *Word of Mouth*, maka disarankan kepada pimpinan perusahaan agar dapat meningkatkan penerapan *Word of Mouth* tidak mengenal kata akhir. Diperlukan komitmen dan usaha yang berkesinambungan agar kepuasan pelanggan dapat terus terpenuhi. Untuk itu, peran fungsi *Marketing Communication Mix* harus terus dilibatkan agar dapat mengakomodir hal tersebut dan guna meningkatkan *Keputusan Pembelian* bagi perusahaan.

2. Pilihlah promosi penjualan yang sesuai untuk membantu meningkatkan *Word of Mouth*. Cobalah untuk menggunakan promosi penjualan bersama-sama dengan iklan. Iklan akan menjelaskan mengapa pelanggan sebaiknya membeli produk tersebut dan promosi penjualan menyediakan insentif-insentif yang mendorong calon pelanggan untuk membeli. Jika keduanya digunakan secara bersama-sama, iklan dan promosi penjualan akan menjadi kombinasi yang luar biasa.
3. Pada umumnya anak muda lebih menyukai hal-hal yang bersifat entertainment atau hiburan, untuk itu dalam kegiatan yang di sponsori sebaiknya oleh Pot Meets Pop mendesain event dengan pendekatan secara lebih menarik seperti hiburan, humor dan

lain-lain, salah satunya yaitu dengan memasukan unsur-unsur entertainment didalamnya.

4. Responden pada penelitian selanjutnya hendaknya diperluas.
5. Untuk penelitian selanjutnya hendaknya dapat mempertimbangkan untuk menambah faktor lain yang dapat mempengaruhi *Keputusan Pembelian*.