

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah terkait Pengaruh Strategi Pemasaran *Word of Mouth* (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Doku ESWKA *Foundation* Cilegon sebagai berikut:

Hasil analisis data Pengaruh Strategi Pemasaran *Word of Mouth* (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Doku (Studi Usaha Eswka *Foundation* Cilegon) menunjukkan hasil yang signifikan sebesar sig 0,00 lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,00 < 0,05$. Maka dapat digambarkan bahwa Strategi Pemasaran berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Kesimpulannya adalah Strategi Pemasaran *Word of Mouth* Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Doku.

B. Saran

Berdasarkan penelitian dan hasil yang diperoleh, maka saran yang dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil yang telah penulis peroleh mengenai Keputusan Pembelian pada produk Doku ESWKA *Foundation* dikategorikan baik, maka sebaiknya pihak ESWKA *Foundation* mempertahankan dengan cara mengevaluasi Strategi Pemasaran ketika adanya

penurunan pembelian produk Doku bahkan terus meningkatkan Strategi Pemasaran yang digunakan. Karena dengan adanya Strategi Pemasaran yang baik akan meningkatkan penjualan, sehingga konsumen akan memutuskan untuk membeli Produk Doku ESWKA *Foundation*.

2. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian.