

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel pemasaran *Word Of Mouth* (WOM) terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko CV. Hasil Karya Mandiri, dan untuk mengetahui pengaruh variabel indevidenden tersebut. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan dengan perolehan nilai t hitung $4.208 > t \text{ tabel } 2.048$ dan hipotesis dalam penelitian ini adalah H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh antara pemasaran *Word Of Mouth* (WOM) terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Terdapat pengaruh yang kuat dari pemasaran *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen. Nilai R koefisien korelasi sebesar 0.622 artinya bahwa variabel pemasaran *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 0,387%, sedangkan sisanya 61,3% keputusan pembelian

konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Perusahaan harus mampu menjaga kualitas produk, varian model, meningkatkan pelayanan terhadap konsumen sehingga konsumen merasakan kepuasan dan dengan sendirinya akan melakukan pemasaran *Word Of Mouth* (WOM) terhadap orang-orang disekitarnya.
2. Sebagai pelanggan muslim kita harus saling mengingatkan atau merekomendasikan barang, toko penjualan yang baik bagi saudara-saudara dan orang disekitarnya, agar orang disekitar kita tidak mendapatkan kekecewaan dalam jual beli sehari-hari.