

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis diperoleh bahwa variabel X1 dan Y mempunyai hubungan korelasi yang rendah dengan nilai 0,354. Sedangkan nilai signifikansinya adalah 0,000 yang membuktikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X1 dan Y. Yang berarti H_a diterima dan H_o ditolak sehingga hasil akhir menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara X1 dan Y.

Dari hasil analisis diperoleh bahwa variabel X2 dan Y mempunyai hubungan korelasi yang tinggi dengan nilai 0,557. Sedangkan nilai signifikansinya adalah 0,000 yang membuktikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X2 dan Y. Yang berarti H_a diterima dan H_o ditolak sehingga hasil akhir menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara X2 dan Y.

B. Saran

Kualitas produk merupakan suatu hal yang harus diperhatikan oleh setiap pelaku bisnis. Karena kualitas produk itulah yang akan membawa citra bisnis tersebut kepada konsumen. Jika kualitas produk tidak diperhatikan, maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak puas. Bahkan, kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian setiap konsumen. Oleh sebab itu, kualitas produk harus selalu ditingkatkan. Trend

akan terus berkembang dan menjadi suatu tantangan bagi perusahaan untuk tetap bisa bertahan ditengah banyaknya produk baru yang terus diinnovasikan.

1. *Word of mouth* merupakan hal yang juga mempunyai peranan penting dalam perkembangan suatu bisnis. Jadi, pelaku bisnis harus meningkatkan metode promosi word of mouth nya supaya usahanya maju dan berkembang. Bukan hanya itu saja, pelaku bisnis harus membuat konsumen puas terhadap pelayanan maupun produk yang telah diberikan oleh usaha bisnisnya tersebut. Sehingga konsumen yang sudah merasa puas bisa menceritakan ke konsumen yang lain tentang bisnis maupun produk tersebut.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Diantaranya adalah responden dalam penelitian ini banyak konsumen yang baru melakukan pembelian sehingga membuat konsumen tersebut bingung dalam pemilihan jawaban ketika mengisi angket.

Demikian pula dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen selain dari kualitas produk dan *word of mouth* yang tidak disebutkan dan tidak masuk dalam penelitian ini.