BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Lokasi dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Sumerrise Clothing*,maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan konsumen tentang Lokasi pada *Summerrise Clothing* adalah sangat strategis,dengan persentase total skor 87,5% berada pada range 84,01-100 dengan kriteria sangat strategis. Hal ini menyatakan bahwa tanggapan dari Konsumen tentang Lokasi *Summerrise Clothing* sangat strategis, yang didasari oleh tanggapan konsumen tentang lokasi *Summerrise Clothing* sangat mudah dijangkau dengan skor persetase 89,1%,dan sangat lancar menuju lokasi *Summerrise Clothing* dengan skor persentase 85,7%, dan juga lokasi *Summerrise Clothing* sangat dekat dengan tempat kediaman konsumen dengan persentase sebesar 87,8% .

2. Tanggapan konsumen tentang *Word Of Mouth* pada *Summerrise Clothing* adalah positif, dengan persentase total skor 80,7% berada pada range 68,01-84,01 dengan kriteria positif. Hal ini menyatakan bahwa tanggapan dari Konsumen menilai *Word Of Mouth* di *Summerrise Clothing* positif. yang

didasarari oleh tanggapan konsumen tentang membicarakan hal baik mengenai *Summerrise Clothing* dengan skor persentase 83,2%,dan mempromosikan kepada orang lain dengan skor persetase sebesar 79,4% juga mengajak orang untuk datang berbelanja di *Summerrise Clothing* dengan persentase 79,4%.Berdasarkan pengklasifikasian ini, maka dapat diartikan bahwa tanggapan responden tentang *Word Of Mouth* adalah positif.

3. Tanggapan konsumen tentang Keputusan Pembelian Konsumen pada *Summerrise Clothing* adalah baik, dengan persentase 83,7% berada pada range 68,01-84,01 dengan kriteria baik. Hal ini menyatakan bahwa tanggapan dari Konsumen menilai Keputusan di *Summerrise Clothing* baik. Yang didasari oleh tanggapan konsumen tentang produk *Summerrise Clothing* jadi kebutuhan dengan skor persentase 87,2%,pencarian informasi tentang *Summerrise Clothing* dengan persentase sebesar 78%, *Summerrise Clothing* sebagai alternative utama dengan skor persentase sebesar 81,6%,dan membutuhkan waktu yang singkat untuk memutuskan pembelian di *Summerrise Clothing* dengan persentase sebesar 83,4% juga melakukan pembelian kembali di *Summerrise Clothing* dengan skor persentase 88,2%.

4. Pengaruh Lokasi dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Summerrise Clothing* secara simultan dan parsial dinyatakan berpengaruh .

    a. Secara parsial antara Lokasi dengan Keputusan Pembelian dinyatakan berhubungan.hal ini dibuktikan dari hasil pengolahan data, dengan nilai korelasi untuk lokasi dengan keputusan pembelian adalah 0,708, artinya hubungan variabel lokasi dan keputusan pembelian adalah cukup tinggi dan bersifat positif, maksudnya jika semakin tinggi lokasi maka keputusan pembelian di prediksi akan meningkat. Nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05(tingkat ketelitian) menunjukan bahwa hubungan lokasi dengan keputusan pembelian signifikan.

    b. Secara parsial antara *Word Of Mouth* dengan Keputusan Pembelian,Berdasarkan hasil dari pengolahan data maka didapat nilai korelasi untuk *Word Of Mouth* dengan keputusan pembelian adalah 0,670, artinya jika semakin tinggi *Word Of Mouth* maka keputusan pembelian di prediksi akan meningkat. Nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05(tingkat ketelitian) menunjukan bahwa hubungan *Word Of Mouth* dengan keputusan pembelian signifikan, artinya nilai korelasi ini dapat dijadikan acuan atau bahan patokan dalam *Word Of Mouth* untuk peningkatan keputusan pembelian.

c. Secara simultan pengaruh Lokasi dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian,Berdasarkan perhitungan dapat diketahui bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian adalah variabel lokasi (X_1) sebesar 33,8%, selanjutnya *Word Of Mouth* (X_2) mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 25,7%. Dengan demikian pengaruh secara keseluruhan sebesar 59,5%.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Lokasi dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan pembelian konsumen pada Konsumen Sumerrise *Clothing*, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh:

1. Perusahaan dapat mengevaluasi secara periodik terhadap lokasi *Clothing*, sehingga mendapatkan hasil apakah Lokasi tersebut perlu dipertahankan atau harus memilih Lokasi yang baru sesuai dengan Lokasi yang dapat dengan mudah di ketemukan konsumen Hal ini didasarkan pada hasil uji statistik variabel Lokasi, walaupun hasilnya signifikan, namun terdapat hal yang harus ditingkatkan khususnya pada tingkat kelancaran lalu lintas dari Lokasi yang diinginkan oleh konsumen, mengingat masih adanya

penilaian kurang setuju dari responden secara analisis kualitatif. Pada akhirnya, perusahaan akan mengetahui apakah Lokasi tersebut masih diminati atau tidak berdasarkan hasil monitoring dan pendapat konsumen.

2. *Summerrise Clothing* harus lebih memperhatikan promosi *Word Of Mouth* yang dilakukan oleh konsumen tentang Sumerrise *Clothing*, Hal ini didasarkan pada hasil uji statistik variabel *Word Of Mouth*,walaupun hasilnya baik, namun terdapat hal yang harus ditingkatkan khususnya pada tingkat menyarankan orang lain untuk datang ke *Summerrise Clothing*,mengingat masih adanya penilaian kurang setuju dari responden secara analisis kualitatif.

3. Keputusan pembelian konsumen Sumerrise *Clothing* cukup baik , tetapi akan lebih baik jika pihak *Summerrise Clothing* memberikan informasi yang lebih kepada konsumen,hal ini terbukti dari tanggapan konsumen yang mencari informasi terlebih dahulu tentang *Summerrise Clothing* dengan peresentase 30%.dimana persentase itu cukup tinggi.

4. *Word Of Mouth* yang dilakukan konsumen sudah cukup sesuai dengan harapan, tandanya konsumen sering melakukan keputusan pemeblian konsumen, akan tetapi akan lebih baik jika *Summerrise Clothing* lebih memperhatikan *Word Of Mouth* yang beredar di kalangan konsumen agar

konsumen dapat terdorong untuk melakukan keputusan pemeblian konsumen.