BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi produk, kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada *cafe* Ndalem Simbah. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Adanya pengaruh yang signifikan secara parsial antara variasi produk terhadap keputusan pembelian pada *cafe* Ndalem Simbah.
2. Adanya pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada *cafe* Ndalem Simbah.
3. Tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada *cafe* Ndalem Simbah.
4. Adanya pengaruh yang signifikan secara simultan antara variasi produk, kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada *cafe* Ndalem Simbah.

B. Implikasi

Implikasi dari dilaksanakannya penelitian ini, mencakup dua hal yakni implikasi teoritis dan praktis sebagai berikut :

1. Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul "Analisis Variasi Produk, Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian", dari ketiga variabel independen (X) yang telah di uji menggunakan uji-t (uji parsial) dengan hasil variasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *cafe* Ndalem Simbah. Serta *word of mouth* tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *cafe* Ndalem Simbah. Sehingga implikasi pada penelitian ini dalam memperhatikan variasi produk, kualitas pelayanan dan *word of mouth* telah meningkatkan keputusan pembelian pada *cafe* Ndalem Simbah.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini sebagai masukan untuk pemilik *cafe* Ndalem Simbah dalam memperhatikan variasi produk, kualitas pelayanan dan *word of mouth*. Terutama pada *word of mouth* konsumen karena tidak tertarik akan rekomendasi dari temannya sehingga tidak mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya hasil penelitian yang menyatakan bahwa *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *cafe* Ndalem Simbah. Memerlukan evaluasi terhadap *word of mouth* yang dilakukannya sehingga

mampu untuk menyakinkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Seperti memperhatikan pada *electronic word of mouth* untuk jangkauan konsumen yang lebih luas guna untuk meningkatkan keputusan pembelian.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebaiknya, peneliti selanjutnya memperluas variabel yang diamati. Misalnya, dengan menambahkan variabel kepercayaan, kualitas produk, lokasi dan *electronic word of mouth*. Dengan harapan hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik.