

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Uji validitas dan uji reliabilitas yang dilakukan pada item pertanyaan kuesioner pada variabel WOM, citra merek, dan keputusan pembelian dinyatakan valid dan reliabel, sehingga item pertanyaan tersebut dapat digunakan menjadi indikator penelitian
2. Terdapat pengaruh WOM terhadap keputusan pembelian, hasil uji t variabel WOM diperoleh bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $p\text{-value} < 0,05$ , sehingga hipotesis pertama (H1) yang menyatakan : WOM secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, terbukti kebenarannya.
3. Terdapat pengaruh WOM terhadap citra merek, hasil uji t variabel WOM diperoleh bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $p\text{-value} < 0,05$ , sehingga hipotesis kedua (H2) yang menyatakan : WOM secara signifikan berpengaruh positif terhadap citra merek, terbukti kebenarannya.
4. Terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian, hasil uji t variabel citra merek diperoleh bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $p\text{-value} < 0,05$ , sehingga hipotesis pertama (H3) yang menyatakan : citra merek secara

signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, terbukti kebenarannya.

5. Citra merek memediasi pengaruh WOM terhadap keputusan pembelian secara signifikan. Hasil uji analisis heyes, bahwa variabel citra merek diperoleh bahwa nilai  $BootLLCI > 0$  dan  $BootULCI > 0$ . Sehingga WOM terhadap keputusan pembelian yang dimediasi citra merek terbukti kebenarannya.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan hasil dari penelitian ini terdapat adanya keterbatasan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya dua variabel independent saja, yaitu WOM dan citra merek sehingga tidak bisa mewakili semua faktor yang mempengaruhi variabel dependennya.
2. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuisisioner yang jawabannya berasal dari persepsi responden, sama seperti penelitian yang lain peneliti tidak mampu mengontrol sepenuhnya kesungguhan dan kejujuran responden supaya memilih opsi jawaban sesuai keadaan dan kenyataan yang sebenarnya.
3. Keterbatasan dalam melakukan penyebaran kuisisioner, sehingga responden kurang memahami maksud dari pertanyaan yang diberikan.

### **C. Saran**

Saran peneliti untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Diharapkan untuk memperoleh hasil yang memuaskan dari pengaruh WOM, citra merek p terhadap keputusan pembelian, peneliti sebelumnya dapat mengganti atau menambahkan variabel-variabel independen lainnya agar dapat memperkuat keterkaitan dengan variabel dependen.
2. Sampel yang digunakan menunjukkan tingkat kebenaran suatu keadaan dalam penelitian ini masih belum cukup untuk dirasa dapat mendapatkan hasil yang memuaskan dikarenakan kurang keseriusan responden dalam mengisi kuisioner peneliti, disarankan agar penelitian selanjutnya dapat memperluas dan memperdalam jangkauan dalam penyebaran kuisioner.
3. Peneliti yang akan datang, diharapkan sebagai referensi bagi peneliti yang akan datang, sehingga akan menyempurnakan kekurangan atau kelemahan dalam hasil penelitian yang berhubungan dengan WOM, citra merek, dan keputusan pembelian