

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan uji hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, sehingga dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. *Word of mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sandal di PT. Podo Makmur Sejati Surabaya.
2. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sandal di PT. Podo Makmur Sejati Surabaya.
3. Kualitas produk secara berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sandal di PT. Podo Makmur Sejati Surabaya.
4. *Word of mouth*, harga, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sandal di PT. Podo Makmur Sejati Surabaya.
5. Berdasarkan hasil T hitung maka dapat diketahui bahwa harga mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian jika dibandingkan dengan *word of mouth* dan kualitas produk.

#### B. Saran

Adapun saran yang dikemukakan guna untuk meningkatkan penjualan sandal di PT. Podo Makmur Sejati Surabaya ialah sebagai berikut :

a. Bagi Perusahaan

1. Disarankan bisa menambah media promosi dan meningkatkan *word of mouth* yang ada, seperti membuat leaflet sehingga dapat meningkatkan penjualan beberapa merk produk yang masih relatif rendah.
2. Disarankan untuk produk yang memiliki harga relative tinggi dapat membuat inovasi baru, seperti setiap pembelian bersyarat maka akan mendapatkan bonus, atau membuat produk baru yang harganya dapat dijangkau oleh konsumen sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Disarankan setelah penelitian ini pihak perusahaan dapat mempertahankan kualitas produk yang ada, dan terus melakukan peningkatan terhadap kualitas produk yang ada, karena kualitas produk yang baik akan menjadikan konsumen puas sehingga meningkatkan kemungkinan pembelian berulang.
4. Disarankan setelah dilakukan penelitian ini pihak perusahaan melakukan lebih melakukan peningkatan terkait faktor dari bauran pemasaran yang ada. Meskipun sudah baik dalam segala aspek, namun secara khusus perlu adanya peningkatan sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian, karena 43,7% keputusan

pembelian dipengaruhi oleh variabel selain *word of mouth*, harga, dan kualitas produk.

5. Disarankan setelah dilakukan penelitian ini pihak perusahaan dapat mempertimbangkan pengambilan kebijakan dimasa yang akan datang tentang *word of mouth*, harga, dan kualitas produk yang dijual di PT. Podo Makmur Sejati.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Banyaknya keterbatasan data dalam penelitian ini, diharapkan bagi peneliti yang akan datang dapat memperbanyak data sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih signifikan. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya juga menambahkan variabel lain tentang pengaruh keputusan pembelian, karena 3 variabel yang dibahas hanya mempengaruhi sebesar 56,3% sehingga sebanyak 43,7% dipengaruhi oleh variabel lain contohnya seperti variabel *brand image* dan variabel lokasi.

Variabel *brand image* dianggap dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena apabila merk yang ada sudah dikenal luas juga dikenal bagus dan terbukti, maka akan mempengaruhi keputusan pembelian yang akan terjadi maupun keputusan pembelian yang berulang. Begitupula pada variabel lokasi juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena apabila lokasinya strategis dan mudah dijangkau maka juga akan

meningkatkan keputusan pembelian. Sehingga diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel *brand image* dan variabel lokasi sebagai tambahan variabel dipenelitian selanjutnya.

