

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Word of Mouth Marketing* terhadap proses pengambilan keputusan konsumen Mudita Kopi dan Teh di Yogyakarta dan seberapa besar pengaruh yang diberikan *word of mouth* terhadap proses keputusan pembelian konsumen Mudita Kopi dan Teh di Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas di dalam pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Nilai sig.nya sebesar 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari nilai probabilitas yaitu 0,05 yang berarti dapat disimpulkan bahwa Variabel X (*Word Of Mouth Marketing*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Variabel Y (*Proses Keputusan Pembelian Konsumen*). Selain itu, nilai koefisien regresi (0,797 yang menunjukkan variabel X *word of mouth marketing*) memiliki pengaruh yang positif terhadap Variabel Y (*proses keputusan pembelian konsumen*). maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H1) dapat diterima yang berarti ada pengaruh positif dan signifikan antara Variabel X terhadap Variabel Y.
2. Nilai dari koefisien determinasinya adalah 0,565 yang berarti *Word of Mouth Marketing* mengakibatkan pengaruh terhadap *Proses Keputusan Pembelian Konsumen* sebesar 56%. Sedangkan sisa 44%nya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk di dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian ini, terdapat beberapa saran akademis dan praktis yang dapat diberikan penulis di dalam penelitian ini :

5.2.1 Saran Akademis

Setelah melakukan penelitian tentang pengaruh *Word of Mouth Marketing* terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Mudita Kopi dan Teh Di Yogyakarta, saran yang dapat penulis berikan adalah penelitian serupa dapat memperkaya pengetahuan mengenai variabel – variabel lain yang mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Konsumen. Selain itu dapat melakukan penelitian dengan jenis kualitatif agar mengetahui bagaimana strategi lain dari Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Mudita Kopi dan Teh.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang telah dibuat, maka penulis mempunyai beberapa saran praktis yang dapat digunakan oleh Mudita Kopi dan Teh kedepannya jika ingin lebih mempromosikan Mudita Kopi dan Teh dapat menggunakan jasa dari seorang yang memiliki pengaruh atau influencer dengan mempertimbangkan influencer tersebut memiliki konten kedai kopi.