

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan pembahasan dan analisis, maka selanjutnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari penelitian ini H1 yang menyatakan bahwa word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kaos sablon printing pada toko morden, yang mana ditunjukkan dengan hasil t-hitung sebesar  $3,072 > 1.65922$  t-tabel dengan nilai signifikan  $0,003 < 0,05$ . Maka dari itu word of mouth memiliki pengaruh bagi para konsumen dalam memutuskan sebelum membeli kaos sablon printing. Word of mouth tentu harus diperhatikan agar penjualan dari suatu produk meningkat .
2. Berdasarkan hasil dari penelitian ini H2 yang menyatakan bahwa promosi sosial media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kaos sablon printing di Toko Morden, yang mana ditunjukkan dengan hasil t-hitung sebesar  $5,708 > 1.65922$  t-tabel dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka dari itu promosi sosial media marketing diperlukan dalam suatu kegiatan yang mempermudah aktivitas. Promosi sosial media marketing juga adalah sesuatu hal yang menentukan para konsumen membutuhkan atau tidak produk yang ditawarkan dalam melakukan kegiatan, sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian seorang konsumen itu sendiri.
3. Dari hasil uji f H3 yang menyatakan bahwa word of mouth dan promosi sosial media marketing secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kaos sablon printing pada Toko Morden, yang mana uji f menunjukkan f- hitung  $70,872 > 3,08$  f-tabel dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini juga menunjukkan bahwa word of mouth merupakan suatu hal yang sangat penting maka dari itu, perusahaan harus tetap

memperhatikan word of mouth terhadap suatu produk untuk menciptakan hubungan antara produsen dengan konsumen. Dan juga promosi sosial media marketing yang dimiliki produsen dijadikan peluang untuk konsumen dalam menumbuhkan rasa keterkaitan terhadap suatu produk, dalam membantu segala aktivitasnya sehingga keputusan pembelian terhadap produk pun dapat meningkat.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa masukan yang bermanfaat untuk Toko Morden. dalam menentukan kebijakan Toko yang berkaitan dengan word of mouth, promosi sosial media marketing dan keputusan pembelian dimasa yang akan datang yakni sebagai berikut :

### 1. Bagi Instansi

- a. Pada variable Word Of Mouth dalam hasil kuesioner adanya pernyataan yang lemah pada pernyataan nomor 2, merupakan skor yang terendah. Menurut saran penulis, Dan saya terlalu tertarik mempromosikan produk-produk dari kaos sablon printing morden, dalam hal ini toko morden diharuskan untuk mempromosikan produk kepada pelanggan dengan cara komunikasi dari mulut ke mulut, memberikan potongan kepada pelanggan yang mempromosikan kepada orang lain yang dapat merekomendasikan baik secara individu maupun kelompok. Sehingga pelanggan tertarik dan berlomba-lomba mempromosikan produk toko morden kepada banyak orang.
- b. Untuk variabel promosi sosial media marketing dalam hasil kuesioner pada pernyataan nomor 2 merupakan skor terendah, menurut saran penulis, seharusnya Toko Morden lebih aktif dalam memanfaatkan fitur mention pada kolom komentar dan direct messenger” untuk berkomunikasi kepada followersnya agar lebih intens dan sigap menanggapi disetiap aktifitas, sehingga konsumen diharapkan mampu meningkatkan keputusan pembelian kaos sablon morden.

- c. Untuk keputusan pembelian dalam hasil kuesioner pada pernyataan nomor 2 merupakan skor terendah, menurut saran penulis, keputusan pembelian konsumen tidak terlepas dari menariknya suatu produk tersebut. Kurangnya sosialisasi sehingga toko diharuskan dapat memberikan keunggulan yang mempunyai daya tarik penampilan dalam mempromosikan produk, pada media sosial instagram yang akan dipasarkan kepada konsumen, ada baiknya mempromosikan akun instagram melalui mulut ke mulut , sehingga konsumen tertarik akan mengambil keputusan untuk membeli.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan mampu memberikan masukan, pengetahuan dan pemahaman mengenai Word Of Mouth dan Promosi Sosial Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian kaos sablon printing di Toko Morden. Dan juga dapat menjadi referensi untuk meneruskan penelitian yang lebih detail dari pada penelitian ini.