

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dimana penulis menganalisis terkait variabel Kualitas Produk, variabel Harga, variabel Keputusan Pembelian dan variabel *Word of Mouth* sehingga penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Kualitas Produk berpengaruh positif Terhadap *Word of Mouth*.

Kualitas produk yang semakin baik dapat menciptakan pengalaman positif dari konsumen *Zada Kids*, guna mendorong konsumen untuk merekomendasikannya.

- 2) Kualitas Produk berpengaruh positif Terhadap Keputusan Pembelian. Semakin tinggi kualitas produk, semakin tinggi pula kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian produk.

- 3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth*.

Harga yang sesuai dengan kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen, untuk merekomendasikan produk *Zada Kids* kepada orang lain.

- 4) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Harga yang terjangkau dan sebanding dengan kualitas produk mendorong konsumen untuk membeli produk *Zada Kids*. Ketika konsumen merasa harga sesuai dengan nilai yang diperoleh, keputusan pembelian cenderung meningkat.

- 5) Keputusan Pembelian berpengaruh positif terhadap *Word of Mouth*. Meskipun konsumen telah membeli produk *Zada Kids*, hal ini tidak menjamin mereka akan merekomendasikannya kepada orang lain.
- 6) *Word of Mouth* mampu memediasi secara penuh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas produk *Zada Kids* yang baik secara langsung memengaruhi keputusan pembelian melalui rekomendasi dan informasi yang disebarkan secara pribadi oleh konsumen lain.
- 7) *Word of Mouth* mampu memediasi secara penuh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Hasil ini menjelaskan bahwa keputusan pembelian lebih dipengaruhi langsung oleh faktor harga itu sendiri, tanpa adanya pengaruh yang signifikan dari *Word of Mouth*. Artinya informasi atau rekomendasi dari konsumen lain tidak cukup memperkuat hubungan antara harga dan keputusan pembelian.

5.1. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Jumlah responden yang hanya 108 orang, tentunya kurang untuk membuktikan keadaan yang sesungguhnya.
- 2) Kurangnya kemampuan responden dalam memahami pernyataan pada kuisioner dan kurang mengerti dalam mengisi kuisioner sehingga kemungkinan membuat hasilnya kurang akurat.

- 3) Penelitian ini hanya melakukan pengkajian pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian melalui *word of mouth*. Sehingga perlu dikembangkan penelitian lanjut untuk meneliti variabel lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini kesimpulan yang telah penulis uraikan, maka saran yang dapat direkomendasikan adalah :

- 1) Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Dalam penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil sample yang lebih banyak. Hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitiannya.
 - b. Diharapkan adanya variabel lain yang memungkinkan juga memengaruhi banyak hal dalam penelitian ini
- 2) Bagi Perusahaan
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi yang dapat diterapkan oleh produk *Zada Kids*.
 - b. Serta pentingnya meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk sehingga perusahaan bisa terus berkembang mengikuti arus persaingan antara kompetitor.