

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti di bab-bab sebelumnya tentang pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di Depok, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand Image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di Depok. Kemudian dapat dijelaskan bahwa konsumen setuju bahwa *Brand Image* yang dimiliki oleh Kopi Kenangan merupakan hal yang menjadi sebuah pertimbangan Ketika seorang konsumen akan membeli produk Kopi Kenangan, Maka dengan demikian hal tersebut sejalan dengan hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti, dan hasil tersebut hanya berlaku pada penelitian yang telah dibuat oleh peneliti.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di Depok. Kemudian dapat dijelaskan bahwa konsumen setuju bahwa Kualitas produk Kopi Kenangan memiliki kualitas yang baik, terjamin, dan tidak mengecewakan, dengan demikian hal tersebut sejalan dengan hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti, dan hasil tersebut hanya berlaku pada penelitian yang telah dibuat oleh peneliti.
3. *Word of Mouth* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi kenangan di Depok. Kemudian dapat dijelaskan bahwa Konsumen setuju bahwa *Word of Mouth* mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Kopi Kenangan, dengan demikian hal tersebut sejalan dengan hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti, dan hasil tersebut hanya berlaku pada penelitian yang telah dibuat oleh peneliti.

V.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki beberapa keterbatasan. Keterbatasan yang dimaksud bisa disimpulkan sebagai berikut:

1. Kesulitan yang dialami oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah dalam mendapatkan jawaban dari responden, karena disebarakan secara daring dengan menggunakan *google form*. Sehingga peneliti kesulitan dalam menentukan kepastian waktu dalam mengumpulkan jawaban dari respondennya
2. Terbatasnya jumlah variabel hanya *Brand Image*, Kualitas Produk, dan *Word of Mouth* dan Keputusan Pembelian. Oleh karena itu diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain untuk menyempurnakan penelitian ini.

V.3 Saran

Berdasarkan dari hasil, pembahasan, dan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat memberi saran sebagai berikut:

1. Dilihat dari hasil riset yang menunjukkan bahwa terdapat signifikansi pengaruh *Brand image* terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kenangan di Depok, peneliti menyarankan agar perusahaan tetap mempertahankan *Brand Image*-nya di benak konsumen.
2. Dilihat dari hasil riset yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kenangan di Depok, peneliti menyarankan agar perusahaan tetap mempertahankan Kualitas produknya karena semakin baik kualitas suatu produk maka akan semakin berpengaruh terhadap keputusan pembelian dari konsumen itu sendiri
3. Dilihat dari hasil riset yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kenangan di Depok, peneliti menyarankan agar perusahaan tetap mempertahankan *Brand Image* dan kualitas produknya agar nantinya berpengaruh terhadap informasi yang di

sampaikan dari pelanggan ke calon konsumen lain maupun kerabatnya mengenai produk Kopi Kenangan (*Word of Mouth*) yang positif, hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian

4. Bagi peneliti selanjutnya yang memiliki keinginan untuk mengulik tentang penelitian yang telah dibuat oleh peneliti, diharapkan untuk bisa menambahkan beberapa variable lain yang belum dibahas oleh peneliti, dengan tujuan agar penelitian selanjutnya memiliki variasi yang lebih banyak sehingga dapat mengetahui pengaruh-pengaruh terhadap variable dependen yaitu keputusan pembelian secara lebih mendalam dan lebih luas guna menambah ketepatan serta kesempurnaan dalam penelitian selanjutnya.