

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan antara lain :

1. Penjualan personal memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian buku tahunan sekolah *Crayoone Production*.
2. Kualitas produk memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian buku tahunan sekolah *Crayoone Production*.
3. Inovasi produk memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian buku tahunan sekolah *Crayoone Production*.
4. *Word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buku tahunan sekolah *Crayoone Production*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel panitia buku tahunan sebanyak lima orang dari dua puluh sekolah, akan lebih baik jika sampel yang diambil meliputi seluruh panitia yang terlibat dalam pemilihan buku tahunan sekolah tersebut.
2. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, sehingga sangat mungkin datanya bersifat subyektif, akan lebih baik jika terdapat tambahan metode berupa wawancara sehingga hasil perolehan data lebih lengkap.
3. Penelitian ini hanya meneliti mengenai penjualan personal, kualitas produk, inovasi produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. Masih terdapat factor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti harga, *celebrity endorse*, factor psikologis, dan sebagainya .

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah didapat, maka saran yang dapat diberikan antara lain :

1. Bagi Perusahaan

- a. Pada variabel keputusan pembelian perusahaan *Crayoone Production* perlu meningkatkan fokus pada peningkatan kerjasama terhadap organisasi, atau ekstrakurikuler di sekolah-sekolah.
- b. Pada variabel penjualan personal perusahaan *Crayoone Production* perlu meningkatkan fokus pada keramahan terhadap konsumen
- c. Pada variabel kualitas produk perusahaan *Crayoone Production* perlu meningkatkan fokus pada ketanggapan terhadap klaim garansi.
- d. Pada variabel inovasi produk perusahaan *Crayoone Production* perlu meningkatkan fokus pada edukasi mengenai fitur *Augmented Reality* agar konsumen lebih paham fungsi dan manfaat dari fitur tersebut.
- e. Pada variabel *word of mouth* perusahaan *Crayoone Production* perlu meningkatkan fokus pada edukasi positif secara terus menerus mengenai citra baik aspek keseluruhan yang dimiliki *Crayoone Production*.

2. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya ada baiknya mengembangkan variabel-variabel lain yang menjadi faktor keputusan pembelian seperti faktor psikologis, *copywriting*, dan foto produk. Peneliti juga bisa menggunakan metode lain seperti wawancara agar data yang diperoleh lebih lengkap.