

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini yang telah diuraikan oleh peneliti mengenai pengaruh citra merek, *Word of Mouth*, pemasaran *online* terhadap keputusan pembelian roti kukus Okurokus Cimanggu Bogor. Dengan ini peneliti menyimpulkan:

1. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada Okurokus berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian ini ditemukan hasil  $t_{hitung} 11,125 > t_{tabel} 1,985$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka dapat disimpulkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Roti Kukus Okurokus Cimanggu Bogor.
2. Pengaruh *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada Okurokus berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian ini ditemukan hasil  $t_{hitung} 0,866 < t_{tabel} 1,985$  artinya  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, maka dapat disimpulkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa *Word of Mouth* tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Roti Kukus Okurokus Cimanggu Bogor.
3. Pengaruh pemasaran *online* terhadap keputusan pembelian pada Okurokus berdasarkan nilai uji hipotesis penelitian ini ditemukan hasil  $t_{hitung} 1,505 < t_{tabel} 1,985$  artinya  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, maka dapat disimpulkan hasil

penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pemasaran *online* tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Roti Kukus Okurokus Cimanggu Bogor.

4. Pengaruh citra merek, *Word of Mouth* dan pemasaran *online* terhadap keputusan pembelian pada Okurokus berdasarkan nilai uji hipotesis penelitian ini ditemukan hasil  $F_{hitung} 123,860 > F_{tabel} 2,70$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka dapat disimpulkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa citra merek, *Word of Mouth*, dan pemasaran *online* berpengaruh dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian Roti Kukus Okurokus Cimanggu Bogor.

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian dan kesimpulan maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

### **1. Bagi Perusahaan**

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Okurokus Cimanggu Bogor, maka diharapkan Okurokus dapat mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap citra merek perusahaan yang telah tercipta.

Sedangkan untuk variabel *Word of Mouth* diharapkan Okurokus dapat meningkatkan komunikasi *Word of Mouth* perusahaan melalui kualitas produk yang unggul, serta kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan Okurokus, karena dengan kualitas produk dan kualitas layanan yang baik

maka akan tercipta pula positif *Word of Mouth* secara sendirinya dan menimbulkan rasa percaya konsumen terhadap produk Okurokus.

Untuk variabel pemasaran *online* diharapkan Okurokus dapat meningkatkan pemasaran *online* dengan inovasi-inovasi *content* yang dapat menarik minat beli konsumen. Lebih memperluas promosi dengan lebih banyak memanfaatkan sosial media yang ada.

## **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Adapun beberapa saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yaitu:

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan citra merek, *Word of Mouth* maupun pemasaran *online* agar hasil dari penelitiannya dapat lebih baik dan lengkap lagi.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan ditunjang dengan wawancara dan sumber yang kompeten dalam kajian dibidang pemasaran.
- c. Peneliti selanjutnya yang akan mengambil penelitian dengan tema serupa atau sama diharapkan dapat lebih meningkatkan keaktifan dengan informan penelitian atau responden penelitian untuk melakukan koordinasi yang lebih baik sehingga dapat membantu kelancaran penelitian.