

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di RK Gallery Danau Sipin Jambi dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Word of mouth* di RK Gallery Danau Sipin Jambi termasuk kategori sangat tinggi, kemudian keputusan pembelian di RK Gallery Danau Sipin Jambi termasuk kategori sangat tinggi.
2. Terdapat pengaruh antara *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. Hasil menyatakan bahwa *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$  dan nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel yaitu  $12,513 > 1,66088$ . Artinya *word of mouth* mampu mempengaruhi keputusan pembelian.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan maka diperoleh saran penelitian sebagai berikut:

1. Diharapkan RK Gallery dapat berinovasi dan memperbaiki citra agar *word of mouth* dapat terus baik terhadap produk-produk RK Gallery Jambi.
2. Diharapkan peneliti-peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang berbeda dengan variabel dalam penelitian ini yang diteliti misalnya pelayanan dan kualitas produk sehingga dapat memperoleh hasil bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

