

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Word of Mouth, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Boba Series Eferson.Co Bogor, berdasarkan hasil perhitungan dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Word of Mouth* (WOM) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Boba Series Eferson.Co Bogor.

Data empiris menunjukkan bahwa rekomendasi dari teman dan keluarga, serta ulasan positif di media sosial, berperan penting dalam meningkatkan keputusan pembelian. Indikator "Rekomendasi dari teman dan keluarga" menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung mempercayai informasi yang diberikan oleh orang terdekat.

2. Harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa "Harga sesuai dengan kualitas produk" dan "Harga terjangkau" menjadi dua faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian. Penilaian konsumen terhadap harga yang sesuai dengan kualitas produk menunjukkan bahwa konsumen lebih memperhatikan kesesuaian antara harga yang dibayar dengan kualitas yang diterima.

3. Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas lokasi yang mudah dijangkau dan lokasi yang strategis dekat dengan tempat ramai menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian. Indikator "Aksesibilitas lokasi yang mudah dijangkau" menunjukkan bahwa kemudahan dalam mencapai lokasi sangat penting bagi konsumen dalam membuat keputusan untuk membeli produk.

4. Secara simultan, *Word of Mouth*, Harga, dan Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ketiga variabel ini saling berinteraksi dan bersama-sama berkontribusi dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen di Boba Series Eferson.Co Bogor. Pengaruh simultan ini menguatkan teori bahwa keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan oleh kombinasi beberapa faktor yang bekerja bersama

B. Saran

- a. Bagi Perusahaan Boba Series Eferson.Co Bogor:

- a. *Word of Mouth*

Perusahaan perlu meningkatkan strategi *Word of Mouth* dengan cara memperkuat hubungan dengan pelanggan dan mendorong mereka untuk berbagi pengalaman positif di media sosial atau merekomendasikan produk kepada teman dan keluarga. Program loyalitas dan insentif bagi

pelanggan yang merekomendasikan produk kepada orang lain dapat menjadi langkah efektif.

b. Harga

Perusahaan harus terus memastikan bahwa harga produk yang ditawarkan sebanding dengan kualitas yang diberikan. Perusahaan dapat mempertimbangkan untuk mengadakan promosi atau diskon pada waktu tertentu untuk menarik lebih banyak pelanggan, terutama yang sensitif terhadap harga.

c. Lokasi

Untuk meningkatkan keputusan pembelian, perusahaan harus memastikan bahwa lokasi toko mudah dijangkau dan berada di area yang strategis. Jika memungkinkan, mempertimbangkan untuk membuka cabang baru di lokasi yang lebih ramai atau lebih dekat dengan konsumen potensial dapat memperluas jangkauan pasar.

2. Bagi Peneliti Berikutnya:

Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan melibatkan lebih banyak variabel yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, seperti kualitas produk, pelayanan pelanggan, promosi digital, serta pengaruh sosial media dan komunitas online. Peran sosial media, seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, saat ini sangat signifikan dalam membentuk persepsi dan keputusan konsumen, terutama melalui konten promosi, ulasan pengguna, serta interaksi dalam komunitas daring.