BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian terkait pengaruh *word of mouth* dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan keputusan pembelian sebagai variabel mediasi pada konsumen Keripik Tempe 'RICO' di Desa Karangtengah Prandon Ngawi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel *word of mouth* (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Keripik Tempe 'RICO' di Desa Karangtengah Prandon Ngawi, sehingga **hipotesis pertama diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *word of mouth*, maka keputusan pembelian konsumen Keripik Tempe 'RICO' di Desa Karangtengah Prandon Ngawi juga akan semakin meningkat.
2. Secara parsial variable kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Keripik Tempe 'RICO' di Desa Karangtengah Prandon Ngawi, sehingga **hipotesis kedua diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk, maka keputusan pembelian konsumen Keripik Tempe 'RICO' di Desa Karangtengah Prandon Ngawi juga akan semakin meningkat.
3. secara parsial variable *word of mouth* (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Keripik Tempe 'RICO' di Desa Karangtengah Prandon Ngawi, sehingga **hipotesis ketiga diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *word of mouth*, maka

loyalitas pelanggan pada konsumen Keripik Tempe ‘RICO’ di Desa Karangtengah Prandon Ngawi juga akan semakin meningkat.

4. Secara parsial variable kualitas produk (X_2) $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 6,735 > 1,966 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya secara parsial variabel kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Keripik Tempe ‘RICO’ di Desa Karangtengah Prandon Ngawi, sehingga **hipotesis keempat diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk, maka loyalitas pelanggan pada konsumen Keripik Tempe ‘RICO’ di Desa Karangtengah Prandon Ngawi juga akan semakin meningkat.
5. Secara parsial variable keputusan pembelian (Z) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Keripik Tempe ‘RICO’ di Desa Karangtengah Prandon Ngawi, sehingga **hipotesis kelima diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi melakukan keputusan pembelian, maka loyalitas pelanggan pada konsumen Keripik Tempe ‘RICO’ di Desa Karangtengah Prandon Ngawi juga akan semakin meningkat.
6. Ada pengaruh *word of mouth* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Keripik Tempe ‘RICO’ di Desa Karangtengah Prandon Ngawi, sehingga **hipotesis keenam diterima.**
7. Ada pengaruh *word of mouth* dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan keputusan pembelian sebagai variabel mediasi pada

konsumen Keripik Tempe ‘RICO’ di Desa Karangtengah Prandon Ngawi, sehingga **hipotesis ketujuh diterima**.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada beberapa pihak antara lain:

1. Bagi pihak Keripik Tempe ‘RICO’ di Desa Karangtengah Prandon Ngawi
   a. Hendaknya memperbanyak varian rasa keripik tempe yang dijual.
   b. Hendaknya meningkatkan kualitas produk keripik tempe seperti menggunakan bahan baku yang premium dan memperhatikan tingkat kerenyahan keripik tempe.
   c. Hendaknya melakukan promosi guna meningkatkan penjualan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
   a. Hendaknya menambahkan variabel lain yang mempengaruhi Keputusan pembelian seperti: kualitas pelayanan, harga, kemasan, *brand image*, dan lain-lain.
   b. Hendaknya mengambil responden yang berbeda serta menambah jumlah responden sehingga kemungkinan diperoleh hasil yang berbeda.