

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Kemeja Koko Arrayakids Di Instagram” berupa analisis data dari pembahasan yang telah dilakukan maka dapat dikesimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis, Kualitas Produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kemeja koko Arrayakids di Instagram. Hal ini mempunyai arti bahwa jika terdapat peningkatan pada kualitas produk, maka hal tersebut akan mempengaruhi peningkatan pada keputusan pembelian kemeja koko Arrayakids di Instagram.
2. Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis, Variasi Produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini mempunyai arti bahwa jika terdapat peningkatan pada variasi produk, maka hal tersebut akan mempengaruhi peningkatan pada keputusan pembelian juga. Begitu juga sebaliknya, jika terdapat penurunan pada variasi produk, maka akan mempengaruhi penurunan pada keputusan pembelian kemeja koko Arrayakids di Instagram.
3. Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis, *Electronic Word Of Mouth* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini Mempunyai arti bahwa jika terdapat peningkatan pada *Electronic Word Of Mouth*, maka hal tersebut akan mempengaruhi peningkatan pada keputusan pembelian juga. Begitu juga sebaliknya, jika terdapat penurunan pada *Electronic Word Of Mouth*, maka akan mempengaruhi penurunan pada keputusan pembelian kemeja koko Arrayakids di Instagram.

B. Saran

Berdasarkan hasil riset yang telah dinyatakan peneliti ingin sedikit menyampaikan saran yang mungkin saja dapat menjadi pertimbangan bagi pihak Arrayakids sebagai berikut :

1. Kualitas produk pada toko Arrayakids sudah mampu mempengaruhi keputusan pembelian, namun toko Arrayakids harus lebih meningkatkan reliabilitas produk yakni memberikan rasa memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu dalam penggunaan produk Arrayakids yang diharapkan ketika pembeli menggunakan produk Arrayakids bisa bertahan lama (awet). Sehingga diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi pada keputusan pembelian.
2. Variasi produk pada toko Arrayakids sudah mampu mempengaruhi keputusan pembelian, namun toko Arrayakids harus lebih meningkatkan tampilan produk yakni memberikan visual desain produk yang lebih menarik yang di harapkan ketika pembeli menggunakan produk Arrayakids bisa terlihat *fashionable*. Sehingga diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi pada keputusan pembelian.
3. *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* sudah mampu mempengaruhi keputusan pembelian, namun toko Arrayakids harus lebih meningkatkan konten yakni memberikan hal-hal yang berkaitan produk melalui media social yang di harapkan ketika konten yang menarik dapat perhatian penonton untuk membeli produk. Sehingga diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi pada keputusan pembelian.