

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *word of mouth* berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian smartphone Samsung pada mahasiswa S1 Universitas Andalas. Kemudian *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian smartphone Samsung dikalangan mahasiswa S1 Universitas Andalas.
2. Dari hasil koefisien determinasi diperoleh nilai adjusted R Square sebesar 0.619 hal ini menunjukkan besarnya *word of mouth* dan *electronic word of mouth* mampu menjelaskan variabel proses keputusan pembelian smartphone Samsung sebesar 61.9%. sedangkan sisanya 38.1% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat komunikasi *word of mouth* dan *electronic word of mouth* berdampak positif terhadap proses keputusan pembelian smartphone Samsung. Kita tahu bahwa smartphone pada saat sekarang ini menjadi sebuah kebutuhan untuk masyarakat termasuk juga pada mahasiswa S1 Universitas Andalas.

Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa peneliti menemukan dampak *word of mouth* dan *electronic word of mouth* positif terhadap proses keputusan pembelian smartphone Samsung. Untuk itu Perusahaan Samsung hendaknya lebih meningkatkan kualitas smartphonenya untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen, bahwa cara promosi yang dilakukan tidak hanya dengan iklan dan brosur, tetapi dengan komunikasi *word of mouth* dan *electronic word of mouth* juga mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen. Jadi Samsung harus memproduksi smartphone yang memenuhi apa yang dibutuhkan oleh konsumen, maka konsumen tersebut melakukan komunikasi *word of mouth* dan *electronic word of mouth* kepada konsumen yang lain untuk mempengaruhi proses keputusan pembelian smartphone Samsung.

Penelitian ini hendaknya dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang terkait, baik yang terkait secara langsung maupun tidak langsung dengan aktifitas proses keputusan pembelian smartphone Samsung.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah penelitian ini hanya memberikan gambaran secara umum mengenai *word of mouth* dan *electronic word of mouth* serta pengaruhnya terhadap proses keputusan pembelian smartphone Samsung, dan model ini masih sederhana.

### **5.4 Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

**a. Saran Bagi Perusahaan Samsung**

- a) Untuk Perusahaan Samsung dapat memproduksi smartphone yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan smartphone Samsung tersebut dan melakukan komunikasi yang positif kepada konsumen yang lain untuk membeli produk smartphone Samsung.
- b) Bagi pemasar smartphone Samsung, hendaknya memberikan informasi yang jelas tentang smartphone Samsung melalui secara langsung kepada konsumen atau secara online, dan memberikan pengarahan ulang yang membuat konsumen merasa yakin tentang smartphone Samsung.

**b. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

- a) Pada penelitian yang akan datang sebaiknya menambahkan variabel bebas lainnya sehingga lebih mampu menjelaskan proses keputusan pembelian smartphone Samsung.

