

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Pada Toko Bangunan Merapi Indah. Hal ini telah dibuktikan dengan nilai *P value* 0,000 yang lebih besar dari nilai signifikan yaitu 0,05.
2. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Pada Toko Bangunan Merapi Indah. Hal ini telah dibuktikan dengan nilai *P value* 0,023 yang lebih besar dari nilai signifikan yaitu 0,05.
3. *Word Of Mouth* dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli dengan *F* hitung sebesar 69,79 yang lebih besar dari *F* tabel 6,49. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen mempengaruhi secara simultan terhadap variabel dependen.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan seorang peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang berguna ataupun bermanfaat bagi perkembangan instansi atau lembaga serta semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Maka peneliti memberikan saran pada penelitian yang berjudul pengaruh “*Word Of Mouth* dan Lokasi Terhadap Minat Beli Pada Toko bangunan Merapi Indah Dengan Pendekatan SEM-PLS” sebagai berikut:

### 1. Bagi Toko Bangunan Merapi Indah

Dapat dilihat pada analisis deskripsi variabel *word of mouth* memiliki jumlah nilai rata-rata terendah dan mempunyai item indikator dengan nilai terendah yaitu butir WM 2 tentang responden sering membicarakan produk yang ditawarkan. Toko Bangunan Merapi Indah harus dapat mempertahankan bagaimana cara konsumen dapat membicarakan produk yang ditawarkan mungkin dengan memberikan diskon pada produk, pelayanan yang lebih baik dan yang lainnya sehingga konsumen merasa puas dan akan membicarakan produk ke orang lain. Kemudian variabel Lokasi memiliki jumlah nilai rata-rata tertinggi dan mempunyai item indikator dengan nilai terendah yaitu butir LK 3 tentang toko terlihat jelas karena ada display material bahan bangunan depan toko. Hal ini dianggap bahwa display Toko Bangunan Merapi Indah tidak terlihat jelas oleh konsumen sehingga diharapkan Toko Bangunan Merapi Indah menampilkan display yang lebih besar atau menambahkan display material bangunan lebih banyak depan toko sehingga terlihat oleh konsumen.

### 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel-variabel lainnya yang berkaitan dengan *word of mouth* dan lokasi dengan memperluas ruang lingkup penelitian, menambahkan jumlah sampel, menggunakan teknik sampel yang berbeda, dan menggunakan teknik olah data yang lebih dalam. Dengan harapan dapat menghasilkan suatu temuan baru yang lebih bermanfaat bagi praktisi.