

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji-t didapat nilai t_{hitung} untuk *Electronic Word Of Mouth* sebesar (3,504) dengan nilai t_{tabel} pada df 95%, α 5% dan $(n - 2)$ 100-2 sebesar 1,660 dengan tingkat Sig. 0,001. Secara statistic berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variable *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Wawaidiet Bandar Lampung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dalam usaha meningkatkan Keputusan Pembelian pada konsumen Wawaidiet Bandar Lampung, maka disarankan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Dilihat dari variabel *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Wawaidiet Bandar Lampung, oleh karena itu perusahaan harus mempertahankan faktor tersebut untuk lebih meningkatkan keputusan pembelian pada Wawaidiet Bandar Lampung.
2. Perusahaan harus memperhatikan variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Wawaidiet Bandar Lampung untuk lebih ditingkatkan keputusan pembelian pada Wawaidiet Bandar Lampung.
3. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Electronic Word Of Mouth* dan keputusan pembelian telah terbukti saling mempengaruhi satu sama lain berdasarkan nilai koefisien determinasi sebesar 11%. Namun 89% dipengaruhi oleh faktor/variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.