



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis tentang Persepsi Kandungan Nilai Harga dan *Word of Mouth* (WOM) terhadap Keputusan Pembelian Pelajar dan Mahasiswa atas Produk-Produk Wingheng Hongkong Dimsum Shop, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pelajar dan Mahasiswa atas Produk-Produk Wingheng Hongkong Dimsum Shop.
2. *Word of Mouth* (WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pelajar dan Mahasiswa atas Produk-Produk Wingheng Hongkong Dimsum Shop.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, terdapat beberapa hal yang disarankan oleh penulis sebagai berikut:

1. Harga yang ditentukan sudah baik, dengan demikian Wingheng Hongkong Dimsum Shop dapat mempertahankan hal tersebut.
2. *Word of Mouth* (WOM) yang diberikan oleh konsumen berdampak baik untuk Wingheng Hongkong Dimsum Shop dan sepatutnya tetap mempertahankan citra merek mereka agar konsumen tetap merasa puas dan terus melakukan pembelian ulang.
3. Penulis menyarankan agar peneliti berikutnya dapat lebih baik lagi dan menyarankan untuk menambah atau menggunakan variabel lain, menambah cakupan wilayah ataupun menambah jumlah responden.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.