

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang Pengaruh Citra Merek Terhadap *Word of Mouth* Dan Keputusan Pembelian Pada Nimco Royal Store di Yogyakarta dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Citra merek berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa jika citra merek yang diberikan Nimco Royal Store dapat mempengaruhi *word of mouth*. Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis 1 dalam penelitian ini diterima.
2. *Word of mouth* berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen produk nimco akan mempercayai cerita / pengalaman orang lain yang pernah membeli produk nimco sehingga akan memicu untuk melakukan keputusan pembelian produk nimco. Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis 2 dalam penelitian ini diterima.
3. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk nimco.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra toko pada nimco royal store membawa dampak pada keputusan pembelian. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 3 penelitian ini diterima.

4. Citra merek berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *word of mouth*. Hal ini menunjukkan bahwa citra toko baik pada nimco royal store membawa dampak pada keputusan pembelian melalui *word of mouth* atau rekomendasi orang yang telah memiliki pengalaman pembelian di nimco royal store. Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis 4 dalam penelitian ini diterima.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain :

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan konsumen produk nimco tidak hanya terbatas di daerah ini saja, sehingga penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan.
2. Penelitian ini hanya mengambil sampel sebanyak 150 responden. Sedangkan konsumen produk nimco tidak hanya 150.

C. Saran

Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan subjek dan objek yang berbeda. Sehingga dapat memberikan hasil yang lebih beragam yang berkaitan dengan citra merek, *word of mouth* dan keputusan pembelian suatu perusahaan..

2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas dan memperbanyak jangkauan pengambilan sampel.