

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, *Word of Mouth*, dan Pemasaran Viral terhadap Keputusan Pembelian di Toko *Online QAF Muslim Apparel* maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembeliandi toko *online QAF Muslim Apparel*. Besarnya pengaruh Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat dilihat pada uji t dengan nilai $t_{hitung} 1,312 < t_{tabel} 1,976$ dengan signifikansi $0,192 > 0,05$.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian di toko *online QAF Muslim Apparel*. Besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian dapat dilihat pada uji t dengan nilai $t_{hitung} 6,709 > t_{tabel} 1,976$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. *Word of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko *online QAF Muslim Apparel*. Besarnya pengaruh

Word Of Mouth terhadap keputusan pembelian dapat dilihat pada uji t dengan nilai $t_{hitung} 3,037 > t_{tabel} 1,976$ dengan signifikansi $0,003 < 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini, oleh karena itu penelitian ini belum dapat dikatakan sempurna, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk *QAF Muslim Apparel* secara umum Promosi, Kualitas Pelayanan, *Word of Mouth* sudah berjalan cukup baik, untuk itu perusahaan harus dapat mempertahankan dan terus meningkatkan Keputusan pembelian terutama dalam hal Kualitas Pelayanan.
2. Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Layanan yang baik akan membuat orang lain tertarik untuk membeli produk *QAF Muslim Apparel* itu sendiri.

3. Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan diharapkan dalam melakukan penelitian selanjutnya mahasiswa mampu menggunakan variabel yang lebih banyak serta dapat mengembangkan masalah yang terjadi di objek penelitian,serta menambahkan faktor-faktor lain yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-quran :

Al Quran al-Karim. 2005. Departemen Agama RI, Al quran dan Terjemahannya. Juz 1-30. Bandung: CV. Penerbit Jumanatul Ali.

Buku :

Adam, Muhammad.2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.

Adib, Helen Sabera. 2015. *Metodologi Penelitian*. Palembang: Noerfikri.

Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Azwari, Peny Cahaya, Muhammadinah, dan Juwita Anggraini. 2008. *Modul Praktikum Statistik*.

Boone L. E. dan Kurtz D. L. 2002.*Pengantar Bisnis. Jilid ke-1. Terjemahan Anwar Fadriansyah*. Jakarta: Erlangga

Dharmawan, Alexander. 2015. *Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web*. Jakarta.

Firmansyah, M. Anang. 2018. *perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*.Yogyakarta: Budi Utam..

Ghazali, Imam. 2013. *Aplikasi analisis multivariate dengan IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro

- Hasan, Ali. 2010. *Pemasaran dari Mulut ke mulut*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 12th edn Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas, Jilid I*". Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta,.
- Priyastama, Romie. 2017. *Bukti Sakti Kuasai SPSS Pengolahan data dan analisis data*. Bantul: Start up.
- Priyatno, Duwi. 2008. *Mandiri belajar SPSS (Untuk analisis data dan uji statistik)*. Jakarta: Mediakom.
- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Reza, Iredho Fani. 2016. *Metodologi Penelitian Psikologi Kuantitatif Kualitatif dan kombinasi*. Palembang: Noerfikri Offset.
- Santoso, Singgih. 2005. *Menggunakan SPSS Untuk Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sopyan Yamin, Lien dan Heri. 2014. *Regresi dan Korelasi dalam Genggaman anda*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2007. *Penelitian Pendidikan*. Bandung : Rosda Karya.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Cetakan ke-23*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Meodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.2020. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian : suatu Pendekatan Praktik*. Cetakan Ketigabelas. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Suliyatno. 2011. *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. (Yogyakarta : Andi Yogyakarta).
- Sumardy, M. Silviana, dan M.Melona. 2011. *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Supramono, dan Haryanto. 2005. *Desain proposal penelitian studi pemasaran. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi.
- Suyato, Danang. 2012.*Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit CAPS.
- Suyono. 2018. *Analisis Regresi Untuk Penelitian*.Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama.
- Tangkilisan, Hessel Nogi S. 2005. *Manajemen Publik*. Jakarta: PT Grasindo.
- Tim APJII. 2019. *Survei APJII yang ditunggu-tunggu, penetrasi internet Indonesia 2018*.Buketin APJII Edisi 40.APJII.
- Tjiptono, Fandy dkk. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi ketiga*.Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy, 2005,*Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta, Andi,
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran, Edisi 3*, ANDI: Yogyakarta.

- Tjiptono, Fandy. 2001. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Usman, Husaini dan Purnomo, *Pengantar Statistika Cara Mudah Memahami statistika Edisi Ketiga*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Yusuf, A. Muri. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

JURNAL :

- Aprilya, Linggar. 2016. *Pengaruh Word Of Mouth, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mie Akhirat Di Surabaya)*. *Bisnis Dan Manajemen –Volume 8 No. 2 Februari*
- AZ, Siti Marlina. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di kecamatan Muara Bulian*, (*Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi Vol.18 No.1*).
- Ena, Nyoko and Ndoen. 2019. *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet*. *Journal Of Management (Sme's) Vol. 10, No.3 P299-310*.
- Hastina, Putri. 2017. *Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth (e-WOM) di media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian pada Cafe Grannysnes di Bandar Lampung*. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Lampung*.
- Hermawan, Anton. 2017. *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Pemustaka Pada Perpustakaan Daerah Salatiga*. *Lentera Pustaka 3*

- Komang, Ni Putri Ratnaningtyas. 2020..*Peran Cpv Sebagai Mediasi Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Keputusan Pembelian Zalora Di Kota Denpasar*.Universitas Udayana. Vol 9. No 1, Januari 2020
- M.H Fahrudin, E Yulianti. 2015. *Pengaruh promosi, lokal, dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. Journal of Business and Banking*
- Maulana, Hutomo Atman dan Yunelly Asra. 2019. *Analisa pengaruh promo gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian pada e-commerce oleh generasi Z di daerah pedesaan. Jurnal Inovasi Bisnis* 7.
- Sari, Diana Yunita Dkk. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kapur Barus Merek Bagus. Semarang: Studi Pada Konsumen Giant Bsb Semarang.*
- Thurau, et al. 2004.*Electronic Word of Mouth via consumer opinion platforms: what motives Consumers to articulate themselves on the internet?*.Journal of Interactive Marketing. Vol.18, No.1
- Wijaya, Tommi dan Eristia Lidia Paramita. 2014. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth e-WOM terhadap keputusan pembelian kamera DSLR*. ISBN: 978-602-70429-1-9.
- Zamroni, Afif. 2016. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent Pada Konsumen Indomaret Plus Di Jalan M. Yamin Samarinda*.eJournal Administrasi Bisnis, Vol.4, No.4.