

BAB V

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan di DKI Jakarta maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Variant Of Product* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Purchase Decision* dan mempunyai pengaruh 0,647 atau 64,7% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2. Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap *Purchase Decision* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dan mempunyai pengaruh 0,609 atau 60,9% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Pengaruh *Variant Of Product* terhadap *Purchase Decision* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dan mempunyai pengaruh 0,622 atau 62,2% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan di DKI Jakarta maka penulis memiliki saran untuk PT. Frisian Flag Indonesia, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Dari kedua variabel bebas yaitu *Word Of Mouth* dan *Variant Of Product* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Decision*. Diharapkan untuk PT.Frisian Flag Indonesia dapat mempertahankan *Word Of Mouth* dan *Variant Of Product* supaya jumlah konsumen bisa lebih meningkat lagi dari sebelumnya.
2. Pada Variabel bebas dalam penelitian merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi *Purchase Decision*, diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini
3. Frisian flag harus melakukan peningkatan dalam hal pemasaran agar semakin banyak purchase decision untuk membeli produk susu cair frisian flag