

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan pada memilih klinik gigi, maka kesimpulan yang dapat diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Harga, *electronic word of mouth* dan lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian memilih klinik gigi. Hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai F_{hitung} sebesar 102.103.
2. Berdasarkan pada hasil analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, di dapat persamaan regresi sebagai berikut
: $Y = 7.453 + 0.493 X_1 + 0,317 X_2 + 0,176 X_3$
3. Variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,626 atau 62.6% dan sisanya 37.4% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.
4. Variabel *electronic word of mouth* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,602 (60.2%) dan sisanya 39.8% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.
5. Variabel lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,157 (15.7%) dan sisanya 84.3% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

6. Ada pengaruh antara harga, electronic word of mouth dan lokasi secara simultan terhadap keputusan memilih klinik gigi.
7. Secara parsial harga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena $T \text{ hitung } 7.367 > 1.984$
8. Secara parsial electronic word of mouth terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena $T \text{ hitung } 5.676 > 1.984$
9. Secara parsial lokasi terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena $T \text{ hitung } 3.163 > 1.984$

5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data diatas, maka penulis bermaksud untuk memberikan saran mengenai agar keputusan pembelian memilih klinik gigi bisa lebih meningkat maka perusahaan perlu melakukan beberapa langkah sebagai berikut:

1. Harga mempunyai pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian. Untuk itu sebaiknya, MR *Dental Clinic* memperhatikan harga jual dengan memberikan harga yang ekonomis dan kompetitif agar dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis.
2. *Electronic word of mouth* mempunyai pengaruh terbesar kedua terhadap keputusan pembelian. Untuk itu sebaiknya , MR *Dental Clinic* tetap meningkatkan kualitas produk serta pelayanan agar konsumen tergerak untuk melakukan perawatan di MR *Dental Clinic*. Mengingat tidak semua pembeli memberikan ulasan di *google review*, maka MR *Dental*

Clinic harus mendapatkan ulasan yang positif sebanyak-banyaknya untuk menarik minat beli konsumen baik yang sudah pernah melakukan perawatan maupun yang akan melakukan perawatan di *MR Dental Clinic*.

3. Lokasi mempunyai pengaruh terbesar ketiga terhadap keputusan pembelian. Untuk itu sebaiknya , *MR Dental Clinic* menjadikan penelitian ini sebagai tolak ukur karena pentingnya penentuan lokasi usaha, oleh karena itu *MR Dental Clinic* harus selalu memperhatikan dalam menentukan lokasi sehingga bisa lebih maju dan berkembang

