

## BAB V

## PENUTUP

## A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Faktor-Faktor yang Membentuk Komunikasi *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ketan Legenda Kota Batu, peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Terdapat 2 faktor yang membentuk komunikasi *Word of Mouth* yakni *Organic word of mouth* dan *Amplified word of mouth*.
2. Kedua faktor tersebut memiliki pengaruh secara bersama-sama yang signifikan terhadap keputusan pembelian, namun secara parsial menunjukkan bahwa pengaruh *Amplified Word of Mouth* lebih kecil dari *Organic Word of Mouth* untuk meningkatkan keputusan pembelian.
3. Faktor *Organic Word of Mouth* memiliki pengaruh yang dominan terhadap Keputusan Pembelian, hal ini ditunjukkan dengan kelompok responden terbanyak adalah responden yang bukan berasal dari kota Batu dan Malang. (kota lain yang masih di provinsi Jawa Timur dan provinsi lainnya).

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan maka peneliti memberikan beberapa saran, sebagai berikut:

1. Ketan Legenda Kota Batu perlu memikirkan bagaimana upaya agar dapat mempertahankan ciri khas yang dimilikinya.
2. Ketan Legenda Batu perlu meningkatkan strategi dengan membuka cabang atau *franchise* di kota lain tempat domisili para pelanggannya supaya tidak diduplikasi oleh penjual lain dan terjaga loyalitas pelanggan.
3. Ketan Legenda Kota Batu sebaiknya mengadopsi strategi bisnis modern terutama dalam pelayanan dan cita rasa untuk mempertahankan dan bahkan untuk meningkatkan usaha tersebut.