

BAB V

SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan dengan hasil sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk MSK Wings.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk MSK Wings.
3. Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth* produk MSK Wings.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth* produk MSK Wings.
5. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth* produk MSK Wings.
6. Keputusan pembelian mampu memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan *Word of Mouth* produk MSK Wings.
7. Keputusan pembelian mampu memediasi hubungan antara kualitas produk dan *Word of Mouth* produk MSK Wings.

B. Saran

Saran peneliti atas penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk bisa memperluas ruang lingkup populasinya.
2. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk bisa menambah jumlah sampel yang diteliti agar bisa mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik dan akurat.
3. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk bisa menganalisis variabel bebas yang lainnya, agar nantinya dapat diketahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian dan *Word of Mouth*.
4. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk bisa menganalisis variabel mediasi yang lainnya selain variable keputusan pembelian, agar nantinya bisa diketahui variabel apa yang mampu memediasi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.
5. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mencoba menerapkan model penelitian ini ke objek penelitian lain yang sejenis dengan produk MSK Wings.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yaitu, sebagai berikut:

1. Penelitian masih memiliki ruang lingkup populasi yang cukup sempit, yaitu hanya sebatas pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta saja.
2. Penelitian ini hanya menganalisis 4 variabel, yaitu variable kualitas pelayanan, kualitas produk, keputusan pembelian, dan *Word of Mouth*.