

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pemaparan penelitian yang dilaksanakan diatas tentang Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian melalui Word of Mouth pada Apotek Mirza Farma 2 di Era Pandemi Covid-19, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Fasilitas berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Fasilitas menjadi salah satu aspek utama dari suatu usaha dimana fasilitas yang lengkap akan membuat pelanggan lebih mantap dalam memutuskan untuk datang dan membeli barang pada usaha tersebut.
2. Lokasi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Memilih tempat yang layak adalah pilihan yang penting, karena tempat adalah sumber daya jangka panjang yang mampu mengurangi fleksibilitas masa depan usaha. Lokasi akan memberikan pengaruh pada pertumbuhan di masa depan. Area yang dipilih haruslah mampu berkembang dari segi ekonomi sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup suatu usaha. Hal ini menunjukkan bahwa semakin vital suatu area bisnis maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen.
3. Word of Mouth memoderasi Fasilitas dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian. Dengan keadaan pandemi covid-19 saat ini yang tak kunjung mereda, fasilitas yang sesuai proses akan menentukan keputusan pembelian dan memberikan rasa aman terhadap pelanggan untuk dapat berkunjung ke Apotek Mirza Farma 2. Dan Word of Mouth sebagai variabel moderasi akan membangun keputusan pembelian pada diri konsumen

dimana seorang pelanggan pada umumnya akan lebih yakin dan mantap terhadap saran melalui saluran Word of Mouth daripada melalui promosi formal. Semakin yakin Word of Mouth yang diperoleh pelanggan dalam hal pemenuhan mengenai kepuasan akan fasilitas yg disediakan, maka akan semakin tinggi pilihan pembelian yang terbingkai dalam rencana pembeli.

4. Word of Mouth tidak memoderasi Lokasi dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian. Terkait dengan wabah virus corona tentang bahaya penularan pandemi covid 19, para konsumen cenderung akan memilih lokasi Apotek yang dekat, aman dari zona merah dan lebih mudah dijangkau tanpa memperdulikan Word of Mouth yang ada. Sehingga Word of Mouth tidak memoderasi lokasi dalam mempengaruhi keputusan.

B. Saran

Berikut saran yang bisa dipakai dan dijadikan pertimbangan dari hasil penarikan kesimpulan diatas sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan (Apotek Mirza Farma 2), diharapkan untuk tetap bisa mempertahankan fasilitas yang tersedia dimasa pandemi saat ini, karena fasilitas yang sesuai prokes akan semakin menentukan keputusan pembelian dan juga memberikan rasa aman terhadap pelanggan. Kehadiran Word of Mouth sendiri juga mampu memperkuat hubungan fasilitas dalam mempengaruhi keputusan pembelian melalui peranannya sebagai variabel moderasi. Mengingat jika konsumen merasa puas akan fasilitas yang disediakan maka akan semakin tinggi Word of Mouth positif yang tersebar antar konsumen sehingga akan meningkatkan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

2. Penelitian ini menggunakan Fasilitas dan Lokasi sebagai variabel guna menakar dan memperkirakan pengambilan keputusan pembeli sehingga hasil yang didapat tidak terlampau besar, mengingat terdapat point-point komponen diluar model yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian maka untuk penelitian dimasa yang akan datang perlu mengimbuhkan variabel lain yang bisa dipakai untuk mengestimasi keputusan pembelian pada suatu barang/jasa.