

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan di atas serta berdasarkan hasil data yang penulis peroleh dari penelitian sebagaimana yang dijelaskan dalam skripsi ini, maka dapat diambil kesimpulan untuk penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *Word of mouth* konsumen pada warung mie aceh bang Udin. Hal ini berartikan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen warung mie aceh bang Udin maka perilaku *Word of mouth* positif konsumen akan semakin meningkat.

5.2 Saran

Bedasarkan hasil penelitian dan analisa di atas maka saran yang peneliti bisa berikan adalah sebagai berikut:

1. Bedasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan diatas, warung mie aceh bang Udin hendaknya terus mempertahankan dan terus meningkatkan kepuasannya dari aspek kualitas produk, pelayanan, harga, emosional, biaya dan kemudahan, agar perilaku *Word of mouth* positif yang tercipta dapat terus meningkat dan menjadi keuntungan bagi warung mie aceh bang Udin, hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Tipjiono dalam bukunya Pemasaran Jasa bahwa dengan memenuhi kepuasan konsumen dapat membentuk

suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan perusahaan.

2. Penelitian ini hanya mengukur pengaruh kepuasan konsumen terhadap perilaku *Word of mouth* konsumen, maka dari itu disarankan kepada peneliti lain untuk lebih meningkatkan penelitiannya dengan menambah variabel – variabel lain yang mempengaruhi terciptanya *Word of mouth* dan memilih objek yang lebih bersifat jangka panjang serta menambah teori – teori yang lebih baru dan yang lebih baik lagi.

