

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Penelitian ini dilaksanakan oleh peneliti bertujuan untuk dapat melakukan analisis dari beberapa faktor yaitu *e-WOM* dan harga terhadap niat beli konsumen restoran cepat saji di Kota Batam dengan adanya variabel mediasi yaitu citra merek. Adapun responden dari penelitian ini adalah beberapa restoran cepat saji di Kota Batam yaitu *KFC*, *McDonal's*, *Richeese Factory* dan *A & W*. Setelah dilakukan analisis dan pengujian terdapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian dari variabel *e-WOM* terhadap citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan, yang artinya semakin baik pemasaran *e-WOM* seperti komentar, rekomendasi dan testimoni yang diberikan konsumen sebelumnya akan membuat citra merek restoran cepat saji di Kota Batam semakin baik lagi.
2. Variabel harga mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap citra merek. Artinya bahwa harga yang diberikan restoran kepada konsumen akan berpengaruh kepada citra merek restoran, dengan makanan yang terkenal murah dan berkualitas akan memberikan citra yang baik juga.
3. Variabel *e-WOM* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen restoran cepat saji. Yang dimaksudkan *e-WOM* yang

baik akan menjadikan suatu pertimbangan konsumen untuk mempunyai niat beli makanan dan minuman di restoran cepat saji di Kota Batam.

4. Pengujian pada variabel harga terhadap niat beli memiliki pengaruh positif dan signifikan. Artinya harga menjadi salah satu faktor konsumen dalam mempertimbangkan untuk membeli makanan dan minuman di restoran cepat saji di Kota Batam.
5. Hasil pengujian dari citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikansi terhadap niat beli. Yang berarti semakin baik citra yang ada dalam restoran cepat saji akan menjadi pertimbangan konsumen untuk niat beli makanan di restoran.
6. Pengujian *e-WOM* sebagai variabel independen terhadap dependen variabel niat beli dengan adanya bantuan citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Yang berarti dengan adanya *e-WOM* yang baik dan citra merek yang bagus akan menjadi pertimbangan niat beli konsumen restoran.
7. Pengujian harga dengan bantuan mediasi yaitu citra merek terhadap niat beli konsumen berpengaruh positif dan signifikan. Yang dimaksud dengan harga yang sesuai dengan kualitas makanan dan didukung citra merek restoran yang baik akan menjadi faktor membuat konsumen memiliki niat beli makanan di restoran cepat saji.

## 5.2. Saran

Dari simpulan yang telah dijelaskan dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang berguna untuk dapat mengembangkan penelitian dengan beberapa hal sebagai berikut:

1. Untuk penelitian berikutnya peneliti dapat melakukan perluasan dalam pengambilan sampel pada restoran cepat saji dengan berbagai kriteria, seperti makanan jepang, china, india dan lainnya.
2. Hasil dalam pengujian *R Square Adjusted* menjelaskan pengaruh variabel niat beli sebesar 61,6% akan dipengaruhi oleh variabel *e-WOM* dan harga. Citra merek 55,7% telah dipengaruhi oleh variabel niat beli dan sisanya akan dipengaruhi oleh variabel lainnya. Adapun saran peneliti selanjutnya dapat memberikan variasi dalam pengujian variabel independen seperti loyalitas pelanggan, persepsi harga, kualitas produk, promosi bauran, kepercayaan dan lainnya.
3. Untuk Restoran Cepat Saji harus memperhatikan berbagai faktor seperti pemasaran *e-WOM* yang harus terus dilakukan pengawasan agar tidak terjadi sesuatu yang dapat merugikan perusahaan, seperti halnya komentar, *review* negatif dan juga video yang dapat dilakukan dengan mudah saat ini.
4. Untuk konsumen disarankan harus lebih bijak dalam membagikan informasi dan menerima informasi, agar tidak terjadinya kesalahan yang merugikan kedua belah pihak.