

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan beberapa tahap, termasuk analisis data dan uji hipotesis menggunakan SmartPLS 4.1.0.3, mengenai Pengaruh e-WOM dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen di *Coffeeshop* "Rindu Alam Coffee" di Ngebel Ponorogo dengan metode analisis outer model dan inner model, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Pada Coffeeshop "Rindu Alam Coffee" di Ngebel Ponorogo
2. *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Pada Coffeeshop "Rindu Alam Coffee" di Ngebel Ponorogo
3. E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Coffeeshop "Rindu Alam Coffee" di Ngebel Ponorogo
4. *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Coffeeshop "Rindu Alam Coffee" di Ngebel Ponorogo
5. Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Coffeeshop "Rindu Alam Coffee" di Ngebel Ponorogo

6. E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli konsumen sebagai variabel intervening pada Coffee Shop “Rindu Alam Coffee” di Ngebel Ponorogo
7. *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli konsumen sebagai variabel intervening pada Coffee Shop “Rindu Alam Coffee” di Ngebel Ponorogo

B. Implikasi dan Saran

Penelitian ini memberikan implikasi dalam pengembangan pengetahuan baru yang relevan dengan teori dan praktik manajemen pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya E-WOM dan *store atmosphere* dalam meningkatkan minat beli konsumen dan keputusan pembelian di *Coffeeshop* "Rindu Alam Coffee", ulasan online yang positif dan suasana toko yang nyaman dan menyenangkan dapat mendorong konsumen untuk lebih tertarik membeli produk, dan peran penting minat beli konsumen sebagai mediator dalam hubungan antara E-WOM, *store atmosphere*, dan keputusan pembelian. Pengetahuan ini dapat membantu para pemasar untuk merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan dan menarik lebih banyak pelanggan.

Beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan kesimpulan yang telah disebutkan adalah sebagai berikut:

1. Bagi *Coffeeshop* “Rindu Alam Coffee” :
 - a. Meningkatkan kualitas e-WOM :

- 1) Dorong pelanggan untuk memberikan ulasan positif di platform online seperti *Google Review*, Instagram, Tiktok, dan sebagainya.
 - 2) Tanggapi ulasan pelanggan dengan baik, baik positif maupun negatif.
- b. Meningkatkan kualitas *store atmosphere* :
- 1) Ciptakan suasana *coffeeshop* yang lebih nyaman dan menyenangkan dengan menjaga kebersihan dan kerapian.
 - 2) Meningkatkan kualitas pelayanan.
- c. Meningkatkan minat beli konsumen :
- 1) Menawarkan produk dengan kualitas yang baik dan harga yang kompetitif..
 - 2) Melakukan kegiatan marketing dan promosi yang efektif.
2. Bagi peneliti selanjutnya
- Melakukan penelitian lebih lanjut dengan variabel-variabel lainnya dengan menggunakan teori dan metode analisis penelitian yang lebih canggih untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat dan bermanfaat bagi semua orang.