

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara parsial variabel *E-WOM* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *coffee shop* hao peng koitiam ponorogo. Semakin tinggi *E-WOM* semakin tinggi terjadinya keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa orang-orang membaca rekomendasi atau ulasan online mengenai haopeng kopitiam.
2. Secara parsial variabel *Store Atmosphere* (X_2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *coffee shop* hao peng koitiam Ponorogo. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Hao Peng Kopitiam lebih mempertimbangkan faktor-faktor lain dalam membuat keputusan pembelian seperti rasa makanan dan minuman, harga menu, atau faktor lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
3. Secara parsial variabel Lokasi (X_3) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *coffee shop* hao peng koitiam ponorogo. Hal ini menunjukkan bahwa Lokasi Hao Peng Kopitiam memiliki Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen.
4. Secara simultan variabel *E-WOM* (X_1) *Store Atmosphere* (X_2) Lokasi (X_3) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di

coffee shop hao peng koitiam ponorogo. Hal ini menunjukkan bahwa *E-WOM*, *Store Atmosphere*, dan lokasi menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di Hao Peng Kopitiam Ponorogo.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka dia diberikan beberapa implikasi yaitu :

1. Mengembangkan strategi pemasaran digital untuk mengoptimalkan *E-WOM*.
2. Pengembangan fasilitas dan infrastruktur untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan.
3. Pemilihan Lokasi strategis untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas.

C. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari penelitian ini, dapat diberikan saran sebagai beriku :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Pihak haopeng kopitiam harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga konsumen tersebut dapat menyampaikan informasi positif mengenai produk dan layanan haopeng kopitiam.

- b. Hendaknya perusahaan harus lebih mengoptimalkan *Store Atmosphere*. Dengan harapan menarik minat konsumen untuk berkunjung dan mengetahui informasi mendalam mengenai haopeng kopitiam.
 - c. Pihak Haopeng kopitiam eruasahan harus mampu mempertahankan lokasi yang sudah strategis ditengah gampuran persaingan bisnis yang semakin banyak.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan metode lainnya. Dan juga mengembangkan variabel *E-WOM* yang mana pada penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
 - b. Penelitian ini hanya terbatas pada variabel *E-WOM*, *Store Atmosphere*, dan Lokasi. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar menambah variabel lain seperti, citra merek, harga dan diskon agar mendapatkan hasil yang lebih baik.