

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah beberapa kesimpulan pada penelitian ini:

- 1 *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
- 2 *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
- 3 *Brand Image* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut adalah saran pada penelitian ini.

- 1 Berdasarkan hasil kesimpulan di ketahui bahwa *Store Atmosphere* mampu meningkatkan keputusan pembelian. Berdasarkan hal tersebut, disarankan kafe Cork and Screw mampu menyesuaikan background music sesuai dengan *trend* yang ada saat ini seperti music jazz hingga *Electronic Dance Music* (EDM). Melalui hal tersebut, ketertarikan konsumen untuk berkunjung dan menghabiskan waktu ke kafe Cork and Screw Bersama teman-teman akan semakin meningkat
- 2 Berdasarkan hasil kesimpulan di ketahui bahwa *Electronic Word Of Mouth* mampu meningkatkan keputusan pembelian. Oleh karena itu, disarankan

agar kafe Cork and Screw meningkatkan fungsi media sosial untuk menyebarkan keunggulan yang dimiliki kafe. Hal tersebut juga menjadi solusi bagi peningkatan *brand image* sehingga calon konsumen lebih mengetahui seluruh keunggulan dan keunikan kafe sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian melalui informasi yang ditampilkan secara berkala pada media sosial. Selanjutnya, diketahui bahwa dimensi *Expressing Positive Emotions* (EW2) memiliki nilai terendah pada variabel *Electronic Word of Mouth*. Oleh karena itu, disarankan Cork and Screw mengadakan kompetisi bagi konsumen yang memposting foto bersama teman ketika berkunjung ke cafe. Konsumen yang memposting foto dengan caption terbaik akan mendapat hadiah yang menarik dari Cork and Screw. Hal tersebut akan menarik minat konsumen secara berbondong-bondong untuk mempromosikan Cork and Screw di media sosial.

- 3 Berdasarkan hasil kesimpulan di ketahui bahwa *Brand Image* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Oleh karena itu, disarankan Cork and Screw memperluas branding yang ada saat ini melalui menu paket makanan dan minuman murah sehingga seluruh lapisan konsumen dapat berkunjung ke *Cork and Screw*.