

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menggunakan software smartPLS 4.0 dimana pada bab sebelumnya juga diterangkan mengenai E-WOM, Atmosfer *Cafe*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cilalula Coffee Pamulang, maka diperoleh kesimpulan, bahwa E-WOM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Cilalula *Coffee* Pamulang. Hasil tersebut dapat didefinisikan bahwa E-WOM dapat meningkatkan minat pelanggan untuk melakukan Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator yang digunakan pada variabel E-WOM menjadi faktor penentu yang memberikan kontribusi dalam meningkatkan Keputusan Pembelian pada Cilalula Coffee Pamulang. Di samping itu, diperoleh bahwa Atmosfer *Cafe* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Cilalula Coffee Pamulang. Hasil tersebut dapat didefinisikan bahwa Atmosfer *Café* tidak menjadi alasan pelanggan untuk melakukan Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator yang digunakan pada variabel Atmosfer *Café* tidak menjadi faktor penentu yang dapat meningkatkan Keputusan Pembelian pada Cilalula Coffee Pamulang. Terakhir, diperoleh bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Cilalula Coffee Pamulang. Hasil tersebut dapat didefinisikan bahwa Kualitas Produk dapat meningkatkan minat pelanggan berdasarkan produk yang ditawarkan untuk melakukan Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator yang digunakan pada variabel Kualitas Produk menjadi faktor penentu yang memberikan kontribusi dalam meningkatkan Keputusan Pembelian pada Cilalula Coffee Pamulang.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian serta kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
  - 1) Peneliti menyarankan Cilalula Coffee untuk dapat mempertahankan serta memperhatikan E-WOM yang ada di website mengenai produk, atau hal lainnya yang mendapat komentar baik atau kritikan. Hal tersebut

dilakukan agar Cilalula Coffee dapat melakukan evaluasi terhadap perusahaannya berdasarkan komentar dari pelanggan yang akan menjadi bahan perbaikan untuk meningkatkan Keputusan Pembelian.

- 2) Peneliti menyarankan Cilalula Coffee untuk dapat meningkatkan serta memperhatikan Atmosfer Cafe yang dimiliki oleh perusahaan. Hal tersebut dilakukan agar Cilalula Coffee dapat menciptakan suasana cafe yang lebih nyaman untuk mengerjakan tugas maupun bersantai, sehingga dapat menarik untuk melakukan Keputusan Pembelian.
- 3) Peneliti menyarankan Cilalula Coffee untuk dapat mempertahankan serta meningkatkan Kualitas Produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Hal tersebut dilakukan agar Cilalula Coffee dapat memperhatikan kualitas dari suatu produk, karena semakin baik kualitas dari produk yang ditawarkan, maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk melakukan penelitian selanjutnya, diharapkan peneliti berikutnya dapat menambahkan variabel serta indikator lain yang terkait terhadap Keputusan Pembelian yang belum dibahas dalam penelitian ini. Hal itu bertujuan agar dalam penelitian selanjutnya dapat mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi variabel dependen, yaitu Keputusan Pembelian secara lebih luas, serta untuk melengkapi kekurangan yang terjadi dalam penelitian ini.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tentunya memiliki beberapa kekurangan, karena adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian, yang dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya untuk memperbaiki penelitian ini. Keterbatasan tersebut meliputi:

1. Responden yang digunakan pada penelitian ini hanya berjumlah 100 responden pelanggan Cilalula Coffee dan merupakan responden yang melakukan aktivitas di Pamulang Tangerang Selatan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak dapat diterapkan pada pelanggan Cilalula Coffee di wilayah lain.

2. Penelitian ini terbatas pada empat variabel, sehingga hasil dari penelitian yang dilakukan hanya berasal dari variabel E-WOM, Atmosfer *Cafe*, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian. Keterbatasan dalam penggunaan variabel ini tidak dapat memberikan hasil yang maksimal dari faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Cilalula Coffee Pamulang.