

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh suasana toko, *sales promotion*, dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian maka semakin tinggi nilai suasana toko maka hal itu dapat meningkatkan keputusan pembelian.
2. *Sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, maka semakin tinggi nilai *sales promotion* maka hal itu dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. *Social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, maka semakin tinggi nilai *social media marketing* maka hal itu dapat meningkatkan keputusan pembelian

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan diatas mengenai pengaruh suasana toko, *sales promotion*, dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian, maka peneliti akan menjelaskan implikasi manajerial dari penelitian ini.

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan Jiwa Group agar dapat selalu memperhatikan dan memelihara pada semua aspek terutama suasana toko, *sales promotion* dan *social media marketing* seperti variabel yang telah diuji pada penelitian ini guna meningkatkan pengalaman yang menyenangkan bagi para pengunjung terhadap Kopi Janji Jiwa.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat ditambahkan variabel lain yang tidak termasuk dalam survei ini, seperti suasana toko, *sales promotion*, dan *social media marketing*, untuk memberikan survei yang lebih komprehensif terkait keputusan pembelian.

3. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan, penelitian ini memiliki keterbatasan sehingga hasil penelitian yang dicapai belum memberikan hasil yang memuaskan. Berikut beberapa keterbatasan pada penelitian ini :

1. Keterbatasan penelitian ini mengarah pada pengumpulan data pada saat penyebaran kuesioner yang dilakukan secara daring dengan menggunakan google form, dikarenakan dengan adanya keterbatasan jangkauan lokasi maka dari itu peneliti yang berada di Bekasi Barat mengumpulkan data dilakukan dengan menyebarkan *link google form* melalui *story instagram* dan *WhatsApp*.
2. Penelitian ini tidak memilih responden yang sudah beberapa kali pembelian atau secara rutin menjadi pelanggan di Kopi Janji Jiwa sehingga hasil penelitian ini belum mencerminkan kebenaran apakah yang bersangkutan benar – benar sebagai pelanggan yang melakukan keputusan pembelian
3. Responden pada hasil penelitian ini tidak menentukan kondisi yang menunjukkan responden tersebut benar – benar mengambil keputusan untuk melakukan keputusan pembelian
4. Variabel yang diteliti pada penelitian ini masih terbatas pada tiga variabel, masih banyak variabel – variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian

4. Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan berdasarkan penelitian ini diharapkan Kopi Janji Jiwa dapat meningkatkan, mengembangkan dan mengelolah dengan baik promosi penjualan yang dilakukan selama ini,

sehingga lebih meningkatkan jumlah keputusan pembelian konsumen di Kopi Janji Jiwa. Diharapkan Kopi Janji Jiwa dapat mempertahankan kemantapan pelanggan dalam memilih Kopi Janji Jiwa sebagai tempat pilihan utama pelanggan dalam menentukan keputusan pembelian pada sebuah kafe, serta meningkatkan kebiasaan pelanggan untuk berbelanja di Kopi Janji Jiwa. Untuk penelitian yang akan datang agar ditetapkan kriteria yang menunjukkan memang pelanggan tersebut pelanggan sesungguhnya, menegaskan bahwa responden benar – benar sebagai pengambil keputusan pembelian dan penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian.

