

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dalam penelitian ini, maka peneliti melakukan kesimpulan dari hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Suasana Toko (*Store Atmosphere*) ( $X_1$ ) Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pienee *Coffee* Bandar Lampung.
2. *Electronic Word Of Mouth* ( $X_2$ ) Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pienee *Coffee* Bandar Lampung.
3. Suasana Toko (*Store Atmosphere*) ( $X_1$ ), dan *Electronic Word Of Mouth* ( $X_2$ ) Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Pienee *Coffee* Bandar Lampung.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini serta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan peneliti kepada pihak manajemen Pienee *Coffee* Bandar Lampung adalah sebagai berikut :

1. Untuk hal suasana toko (*store atmosphere*) Pienee *Coffee* sebaiknya terus menjaga hal kebersihan dan ruangan dikarenakan masih terdapat jawaban sangat tidak setuju terdapat pada pernyataan no 7 yaitu Pienee *Coffee* selalu menjaga kebersihan ruangan toko, sebanyak 12 Konsumen.
2. Untuk hal Ewom (*Electronic Word Of Mouth*) dari Pienee *Coffee* sebaiknya dapat mempertahankan elemen – elemen Ewom (*Electronic Word Of Mouth*) yang telah dianggap baik oleh pelaksanaannya. Dikarenakan masih terdapat konsumen yang menjawab sangat tidak setuju terdapat pada pernyataan no 5, yaitu Melalui informasi media sosial, lebih mudah terkoneksi tentang informasi mengenai Pienee *Coffee* Bandar Lampung melalui hashtag atau yang lain, sebanyak 8 Konsumen.
3. Pienee *Coffee* sebaiknya harus terus mempertahankan konsumen dalam melakukan pembelian kembali hal ini dikarenakan masih terdapat jawaban sangat tidak setuju terdapat pada pernyataan no 6 yaitu Merasa

puas dengan produk *Piene Coffee* sehingga akan merekomendasikan kepada orang lain, sebanyak 5 Konsumen.