

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data mengenai Pengaruh *Sosial Media Marketing*, *Electronic Word of Mouth*, dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Vill Garden) dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Sosial Media Marketing* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Vill Garden.
2. *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Vill Garden.
3. *Store atmosphere* memperkuat hubungan antara *Sosial Media Marketing* terhadap keputusan pembelian di Vill Garden.
4. *Store atmosphere* tidak memperkuat hubungan antara *Electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian di Vill Garden.

5.2 Implikasi dan Saran

Penelitian ini memiliki implikasi terhadap bertambahnya ilmu pengetahuan terutama dalam bidang manajemen pemasaran. Berikut implikasi dan saran oleh peneliti:

1. Implikasi

a. Bagi Vill Garden

Bagi Vill Garden diharapkan dapat mempertahankan dan *meningkatkan Sosial Media Marketing* dan *Electronic Word Of Mouth*. Hal tersebut dapat menciptakan dampak baik dalam meningkatkan keputusan pembelian di Vill Garden. Konsumen juga lebih mudah dalam mencari informasi tentang Vill Garden.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian pada Vill Garden.

2. Saran

1. Saran Praktis

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengevaluasi variabel selain dari *Sosial Media Marketing*, *Electronic Word Of Mouth* dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian untuk dapat diketahui pengaruhnya dan menyempurnakan hasil dari penelitian.

2. Saran Teoritis

Penelitian selanjutnya diharapkan mencakup wilayah yang semakin meluas sehingga terdapat penyamarataan, penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain terkait minat seseorang ketika memutuskan membeli produk, penelitian selanjutnya bisa melakukan perbandingan pada objek Vill Garden yang tidak sama sehingga hasil penelitiannya dapat berkembang.

3. Saran Akademis

Hasil penelitian ini dapat diterapkan sebagai referensi penelitian berikutnya. Sebagai tinjauan pustaka serta sumber referensi bagi penelitian yang memiliki minat meneliti tentang pengaruh *sosial media marketing* dan *Electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Vill Garden dimoderasi Oleh *Store Atmosphere*.