

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh pemasaran media sosial, *electronic word of mouth*, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pelanggan Luminos coffee & resto di Kota Padang. Metode penelitian ini ialah kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner melalui *google form* dengan jumlah 138 responden. Pengujian yang telah dilakukan menggunakan software SmartPLS 4.0. Dengan hasil yang sesuai dengan hipotesis penelitian, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Pemasaran media sosial memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pelanggan Luminos coffee & resto di Kota Padang, yang berarti apabila penggunaan pemasaran media sosial meningkat maka keputusan pembelian pelanggan Luminos coffee & resto juga akan meningkat.
2. *Electronic Word of Mouth* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pelanggan Luminos coffee & resto di Kota Padang, yang berarti semakin efektif strategi *electronic word of mouth* yang dirasakan dan dilakukan pelanggan, maka semakin positif pula keputusan pembelian pelanggan Luminos coffee & resto di Kota Padang.

3. Keragaman Produk memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pelanggan Luminos coffee & resto di Kota Padang, yang berarti apabila semakin banyak jumlah keragaman produk dan jenis produk yang dijual, maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelian pelanggan Luminos coffee & resto di kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian yang didapatkan memiliki manfaat yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi oleh berbagai pihak *coffeeshop* dan restoran di Kota Padang, terutama Luminos coffee & resto dalam merumuskan strategi pemasaran untuk masa depan.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa pemasaran media sosial memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pelanggan Luminos coffee & resto di Kota Padang. Konten di media sosial Instagram seperti foto dan video makanan, suasana, serta acara khusus dapat menarik perhatian pelanggan untuk melakukan pembelian. Selain itu, media sosial yang aktif berinteraksi dengan pelanggan melalui komentar, pesan langsung (*Direct Message*) atau konten interaktif seperti kuis atau polling juga dapat menarik perhatian pelanggan. Kemudian promosi dan penawaran khusus juga bisa menarik perhatian pelanggan, pengumuman tentang diskon atau menu baru yang diposting di media sosial dapat mendorong pelanggan untuk mengunjungi Luminos coffee & resto. Untuk mendapatkan perhatian pelanggan kerja sama dengan influencer

local atau food blogger juga dapat memperluas jangkauan audiens dan memberikan rekomendasi yang kredibel.

Selain itu *Electronic Word of Mouth* juga memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian pelanggan Luminos coffee & resto. Ulasan, rekomendasi dan testimoni dari pelanggan yang dibagikan secara online dapat meningkatkan kepercayaan dan menarik pengunjung baru ke Luminos coffee & resto. Ulasan positif dan pengalaman berbagi di platform media sosial atau situs review juga dapat memperkuat reputasi, sementara umpan balik negatif dapat mempengaruhi keputusan calon pelanggan untuk menghindari tempat tersebut. Dengan kata lain, *Electronic Word of Mouth* berfungsi sebagai alat pemasaran yang kuat yang dapat membentuk persepsi publik dan mempengaruhi keputusan pembelian.

Hasil penelitian selanjutnya yakni keragaman produk yang ada di Luminos Coffee & resto memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Menyediakan berbagai pilihan makanan dan minuman dapat memenuhi selera dan preferensi pelanggan yang berbeda, meningkatkan kemungkinan bahwa pelanggan akan menemukan sesuatu yang mereka sukai. Keragaman produk juga membuat Luminos coffee & resto terlihat lebih menarik dan inovatif, yang dapat menarik lebih banyak pelanggan yang ingin mencoba berbagai pilihan. Keragaman produk dapat memberikan peluang untuk promosi dan pemasaran yang lebih kreatif, seperti penawaran khusus untuk menu musiman atau kombinasi yang unik.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti memahami pada penelitian ini ditemukan keterbatasan serta ketidaksempurnaan yang bisa saja memengaruhi hasil dari penelitian. Sehingga, diharapkan pada penelitian selanjutnya keterbatasan ini bisa dijadikan perhatian.

Berikut keterbatasan penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya berfokus kepada satu tempat yaitu Luminos coffee & resto yang ada di Kota Padang.
2. Penelitian ini hanya melihat pengaruh langsung antara variabel independen (pemasaran media sosial, electronic word of mouth dan keragaman produk) dan variabel dependen (keputusan pembelian), tanpa adanya variabel yang memediasi ataupun memoderasi.
3. Pada penelitian ini masih pada tahap pembelian pelanggan. Meskipun sudah menunjukkan pembelian suatu barang, namun belum memperlihatkan loyalitas pelanggan.
4. Ukuran sampel yang diolah dalam penelitian ini terbatas yaitu hanya sebanyak 138 orang responden, sehingga belum menggambarkan keseluruhan jumlah pelanggan Luminos coffee & resto.

5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah diuraikan, peneliti menyampaikan beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan untuk penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan variabel lain untuk mengukur keputusan pembelian di coffeeshop dan resto, serta diharapkan untuk mengaplikasikan menggunakan variabel intervening/mediasi atau moderasi. Dengan menerapkan hal tersebut diharapkan dapat memberikan informasi lebih jauh apakah terdapat pengaruh langsung serta variabel yang memperkuat dari hubungan antar variabel.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih dalam lagi tidak hanya sebatas keputusan pembelian pelanggan saja melainkan ke tahap loyalitas atau niat pembelian ulang.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel penelitian serta menambah kriteria responden yang lebih bervariasi lagi kedepannya.
4. Saran bagi Luminos coffee & resto di Kota Padang, untuk terus meningkatkan media sosialnya dengan membuat konten yang lebih menarik dan memberikan promosi dan berkolaborasi dengan influencer atau food blogger untuk menarik pelanggan. Ulasan positif dan pengalaman berbagi di platform media sosial atau situs review juga dapat memperkuat reputasi Luminos coffee & resto. Kemudian menambah menu minuman atau makanan yang tidak dimiliki di tempat lain.