BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

- 1) Variabel *store atmosphere* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Show Koffie.
- 2) Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Show Koffie.
- 3) Variabel *social media marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Show Koffie.
- 4) Variabel *store atmosphere*, kualitas pelayanan dan *social media marketing* secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Show Koffie Kota Padang.

5.2 Saran

Untuk memenuhi referensi selanjutnya, beberapa saran berikut dapat dipertimbangkan :

1. Saran Praktis

- a. Disarankan faktor *store atmosphere* yang perlu ditingkatkan yaitu perusahaan Show Koffie perlu memastikan toilet tetap bersih, rutin mengganti tisu dan pengharum saat habis, serta menjaga pencahayaan dan ventilasi yang baik. Dengan hal tersebut, pelanggan akan merasa lebih nyaman di Show Koffie Padang dan terpengaruh untuk melakukan pembelian.
- b. Disarankan faktor kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan yaitu Perusahaan Show Koffie perlu memastikan karyawan merespon keluhan pelanggan dengan sigap dan tepat waktu, sehingga mendorong keputusan pembelian pada Show Koffie Padang.

- c. Disarankan faktor *social media marketing* yang perlu ditingkatkan yaitu perusahaan Show Koffie perlu mengoptimalkan fasilitas WIFI yang cepat dan stabil, memungkinkan pelanggan membagikan pengalaman mereka di media sosial, hal ini dapat mempengaruhi pelanggan untuk memutuskan pembelian dan meningkatkan kenyamanan mereka selama di Show Koffie Padang.
- d. Disarankan perusahaan Show Koffie dapat meningkatkan *store atmosphere*, kualitas pelayanan dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Show Koffie Padang.