

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Dari temuan penelitian yang dilaksanakan pada konsumen Greens and Beans terkait pengaruh *digital marketing* pada keputusan pembelian *melalui electronic word of mouth* sebagai variabel mediasi, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di restoran Greens And Beans. Kemudian pada hasil pengolahan data deskriptif diketahui bahwa setiap indikator dikategorikan baik dan sangat baik. Adapun nilai tertinggi terdapat pada indikator “*interactivity* (Interaktivitas)” dan “*accessibility* (aksebilitas)”. Sementara itu, indikator dengan perolehan nilai terendah terdapat pada “*irritation* (kejengkelan)” yaitu potensi manipulasi iklan yang mengakibatkan penipuan maupun pengalaman negatif persepsi konsumen terhadap iklan online.
- 2) Hasil penelitian berdasarkan teknik analisis data verifikatif menunjukkan bahwa variabel *digital marketing* berdampak positif dan signifikan terhadap *electronic word of mouth*. Kemudian berdasarkan hasil analisis data deskriptif diketahui bahwa perolehan skor tertinggi pada variabel *digital marketing* diraih pada indikator “*content* (konten)”. Sementara itu perolehan nilai terendah didapat pada indikator “*negative valance* (valensi negatif)” yang merupakan pengaruh ungkapan ketidakpuasan dan kekecewaan konsumen terhadap pembelian produk, layanan, atau merek.
- 3) Hasil penelitian berdasarkan teknik analisis verifikatif menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* membawa dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian berdasarkan hasil analisis data deskriptif diketahui bahwa perolehan skor tertinggi pada variabel keputusan pembelian diraih pada indikator “berdasarkan kebutuhan”. Sementara itu perolehan nilai terendah didapat pada indikator “ketepatan dalam membeli produk”

yaitu kemampuan konsumen yang mencakup aspek finansial, waktu, dan tenaga.

- 4) Berdasarkan hasil olah data pada Sobel *test* menunjukkan bahwasanya *electronic word of mouth* secara signifikan memediasi keterkaitan antara *digital marketing* dan keputusan pembelian di Greens And Beans. Nilai *t* hitung yang diperoleh dari Sobel *test* untuk E-WOM sebagai variabel mediasi (3,778) melebihi nilai *t* tabel (1,664). Sehingga, mampu ditarik kesimpulan bahwasanya adanya pengaruh mediasi yang diberikan, dan dengan tidak langsung *digital marketing* melalui *electronic word of mouth* berpengaruh pada keputusan pembelian.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini berfokus pada pengaruh *digital marketing* dan *electronic word of mouth* pada keputusan pembelian. Diharapkan peneliti di masa depan dapat memperluas cakupan penelitian dengan mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, seperti bauran promosi, daya tarik iklan, dan faktor-faktor lainnya. Selain itu, disarankan untuk meninjau kembali objek penelitian agar informasi yang diperoleh lebih beragam dan merepresentasikan populasi yang lebih luas.

### 5.2.2 Aspek Praktis

Merujuk pada temuan dan kesimpulan yang telah dipaparkan pada penelitian ini, berikut beberapa saran yang mampu dipertimbangkan oleh pihak-pihak bersangkutan agar memanfaatkan hasil penelitian ini secara optimal:

- 1) Restoran Greens And Beans perlu menjaga konsistensi dalam menghadirkan konten yang akurat dan informatif, serta menghindari praktik penipuan terhadap konsumen. Selain itu, restoran ini juga perlu meningkatkan frekuensi pembuatan konten kreatif dan menarik, seperti video, foto, dan cerita interaktif, untuk menarik perhatian audiens dan meningkatkan *engagement*.

- 2) Demi mempertahankan kepercayaan konsumen, restoran Greens And Beans harus senantiasa mengutamakan kualitas dalam segala aspek, mulai dari produk, tempat, hingga pelayanan. Hal ini penting untuk mencegah kekecewaan konsumen yang dapat berakibat pada ulasan negatif di media online.
- 3) Menyelenggarakan promo dan diskon menarik secara berkala di Instagram yang dikemas dengan konten kreatif dan menarik perhatian untuk meningkatkan pembelian dan menarik pelanggan baru, sehingga memperluas basis pelanggan.
- 4) Menyadari besarnya pengaruh *electronic word of mouth* dan dampaknya pada keputusan pembelian, Greens and Beans perlu terus berinovasi dan mengikuti tren *digital marketing* terkini melalui strateginya dengan membagikan ulasan positif pengunjung di akun Instagram secara berkala. Selain itu, restoran ini juga perlu rutin memfasilitasi interaksi dan komunikasi antar konsumen di media sosial dan di restoran untuk membangun komunitas yang aktif dan saling mendukung.