

VI. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen didominasi oleh perempuan, usia 16-21 tahun, pendidikan SMA, mahasiswa, dengan rentan pendapatan Rp.1.500.000 - Rp.3.000.000.
2. *Electronic word of mouth* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Faktor *electronic word of mouth* direfleksikan melalui empat indikator yaitu *intensity*, *negative valence of opinion*, *positice valence of opinion*, dan *content*.
3. Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Faktor promosi direfleksikan melalui empat indikator yaitu kualitas promosi, kuantitas promosi, waktu promosi, dan ketepatan sasaran promosi.
4. Lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Faktor lokasi direfleksikan melalui empat indikator yaitu akses, visibilitas, lalu lintas dan fasilitas parkir.

5.2. Saran

Sejumlah rekomendasi yang mungkin bermanfaat dapat diajukan berdasarkan temuan sebelumnya. Beberapa rekomendasi yang dibuat adalah:

1. Diharapkan pihak Gelateria Surabaya untuk melihat ulasan dari konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga dapat meningkatkan konsumen yang akan membeli.

2. Sebaiknya Gelateria melakukan kolaborasi konten dengan influencer yang diharapkan sebaran informasi tentang produk gelato di Gelateria sampai ke masyarakat luas.
3. Kami mengantisipasi bahwa peneliti lain akan menggunakan penelitian ini sebagai titik awal untuk menyelidiki faktor-faktor lain apa yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan Gelateria Surabaya dengan memasukkan variabel tambahan yang tidak termasuk dalam penelitian ini.