

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan melalui tahapan pengumpulan data, pengolahan data, hingga analisis data mengenai pengaruh Konten Digital dan Ulasan Daring terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Kedai Semoga Sukses Surabaya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Konten Digital (X1) dan Ulasan Daring (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen Generasi Z pada Kedai Semoga Sukses Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen Generasi Z terbentuk melalui kombinasi paparan konten digital yang berkualitas dan validasi sosial berupa ulasan daring yang kredibel, sehingga keduanya secara bersama-sama mampu membentuk keyakinan dan mendorong tindakan pembelian nyata konsumen.
2. Konten Digital (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen Generasi Z pada Kedai Semoga Sukses Surabaya. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin relevan, estetik, informatif, autentik, dan interaktif konten digital yang disajikan melalui media sosial, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen Generasi Z untuk memilih dan melakukan pembelian di Kedai Semoga Sukses Surabaya. Konten digital berperan sebagai titik interaksi pertama yang membangun

persepsi awal, minat, dan niat beli konsumen sebelum mereka mencari informasi lebih lanjut.

3. Ulasan Daring (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen Generasi Z pada Kedai Semoga Sukses Surabaya, serta menjadi variabel yang paling dominan dibandingkan Konten Digital. Hal ini menunjukkan bahwa ulasan daring yang memiliki valensi positif, volume tinggi, rating yang baik, serta kredibilitas peninjau yang meyakinkan mampu berfungsi sebagai instrumen validasi sosial yang mengurangi ketidakpastian konsumen. Bagi Generasi Z, pengalaman dan penilaian konsumen lain dianggap lebih kredibel dibandingkan informasi yang bersumber langsung dari pihak usaha, sehingga ulasan daring menjadi faktor penentu yang lebih kuat dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan kepada pihak-pihak terkait:

1. Bagi Pengelola Kedai Semoga Sukses Surabaya, mengingat konten digital terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, pengelola disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas konten digital secara konsisten. Hal ini meliputi penyajian konten yang relevan dengan tren kuliner terkini, peningkatan kualitas visual foto dan video produk, penyampaian informasi menu, harga, dan promosi secara transparan, serta pembangunan komunikasi dua arah yang aktif dan

responsif melalui platform Instagram dan TikTok. Konten yang bersifat autentik seperti suasana asli kedai terbukti lebih efektif dalam membangun kepercayaan konsumen Generasi Z. Selain itu, mengingat ulasan daring merupakan variabel yang lebih dominan, pengelola perlu secara aktif mendorong pelanggan yang puas untuk memberikan ulasan di Google Review maupun platform digital lainnya, serta merespons setiap ulasan secara profesional dan empatik, termasuk ulasan negatif, sebagai bentuk nyata kepedulian terhadap kualitas layanan.

2. Bagi peneliti selanjutnya, mengingat masih terdapat 54,9% variasi keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh variabel-variabel di luar model penelitian ini, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang relevan seperti *store atmosphere*, kepercayaan merek (*brand trust*), *influencer marketing*, atau *customer experience* guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas cakupan objek ke usaha kuliner sejenis di kota lain untuk meningkatkan generalisasi temuan, serta mempertimbangkan penggunaan metode campuran (*mixed method*) agar dapat menggali lebih dalam motivasi dan perilaku konsumen Generasi Z dalam konteks pemasaran digital.