BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah:

1. Media sosial secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada restoran Nona Judes pada taraf nyata (α) 5%. Hal ini dapat menunjukan bahwa kontribusi pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian sebesar 4,92% dan sisanya sebesar 95,08% dipengaruhi oleh faktor lain diluar kualitas produk.
2. *Store Atmosphere* secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada restoran Nona Judes pada taraf nyata (α) 5%. Dengan demikian, nilai KD sebesar 0,05 tidak dapat menjelaskan pengaruh harga terhadap keputusan pemeblian konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa *store atmosphere* bukan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.
3. Kualitas Produk secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada restoran Nona Judes pada taraf nyata (α) 5%. Hal ini dapat diartikan bahwa nilai KD sebesar 87,23 % adalah akibat dari perubahan kualitas produk dan sisanya akubat perubahan faktor diluar kualitas produk
4. Secara simultan pada taraf nyata (α) 5% media sosial, store atmosphere dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai KD 90,82% adalah akibat dari perubahan media sosial, *store atmosphere* dan kualitas produk, sehingga sisanya akibat perubahan faktor lain diluar media sosial, *store atmosphere* dan kualitas produk.

5.2. Saran

1. Untuk variabel kualitas produk skor terendah adalah no. 4 “Pramusaji menyajikan pesanan makanan dengan cepat”, pramusaji restoran sebaiknya menyediakan menu pesanan dengan durasi waktu lebih cepat dari waktu konsumen datang dengan melakukan pemesanan hingga pramusaji menyediakan menu pesanan konsumen.
2. Untuk variabel *Store Atmosphere* pihak restoran sebaiknya memperbaiki design restorannya agar terlihat unik dan menarik. Mendesign restoran agar terlihat *instagramable* dan memiliki *spot* foto yang bagus.
3. Untuk peneliti selanjutnya, peneliti menya rankan agar perlu menambahkan variabel bebas lainnya yang berh ubungan dengan keputusan pembelian pada restoran, sehingga dapat memberikan perbandingan atau gambaran yang lebih luas tentang faktor apa aja yang mempengaruhi keputusan pemeblian pada restoran, selain media sosial, *store atmosphere* dan kualitas produk.

5.3. Keterbatasan Penelitian dan PengembanganPenelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengambil sampel yang lebih besar dan tidak hanya pada konsuymen restoran Nona Judes cabang Slipi saja agar mendapatrkan hasil penelitian yang lebih baik.

Sedangkan faktor-faktor lain yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian selanjutnya dapat membahas factor-faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.