

## BAB V

### SIMPULAN, SARAN DAN RENCANA KEBERLANJUTAN PENELITIAN

#### A. Simpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 menyatakan bahwa *Food authenticity* berpengaruh positif terhadap *purchase decision* pelanggan di *Seroja Bake Cafe Jakarta* dengan nilai original sampel sebesar 0,233, t statistics sebesar 2,654 dan nilai p value 0,008. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H1 didukung.
2. Hipotesis 2 menyatakan bahwa *Trend awareness* berpengaruh positif terhadap *purchase decision* pelanggan di *Seroja Bake Cafe Jakarta* dengan nilai original sampel sebesar 0,231, t statistics sebesar 2,983 dan nilai p value 0.003. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H2 didukung.
3. Hipotesis 3 menyatakan bahwa *Social influence* berpengaruh positif terhadap *purchase decision* pelanggan *Seroja Bake Cafe Jakarta* dengan nilai original sampel sebesar 0,482, t statistics 6,351 dan nilai p value 0.000. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H3 didukung.

#### B. Saran

Saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan temuan bahwa *food authenticity* berpengaruh positif terhadap *purchase decision* pelanggan di *Seroja Bake Cafe Jakarta*, disarankan agar pihak cafe terus mengedepankan otentisitas makanan yang ditawarkan. Hal ini bisa dilakukan dengan mempertahankan resep asli, memperkenalkan bahan-bahan berkualitas tinggi, dan meningkatkan variasi menu yang

autentik sesuai dengan preferensi pelanggan.

2. Berdasarkan hasil penelitian, *trend awareness* juga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, *Seroja Bake Cafe Jakarta* sebaiknya lebih proaktif dalam mengikuti tren kuliner yang berkembang. Menyajikan menu yang sesuai dengan tren terbaru, seperti menu sehat, makanan berbasis tanaman, atau makanan bergaya internasional, dapat menarik lebih banyak pelanggan yang mengikuti tren tersebut. Penggunaan media sosial untuk menunjukkan kecenderungan terbaru dalam dunia kuliner juga bisa meningkatkan kesadaran akan tren yang diusung cafe ini.
3. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa *social influence* memiliki pengaruh terhadap *purchase decision* pelanggan. Oleh karena itu, kafe ini sebaiknya memanfaatkan kekuatan media sosial dan ulasan pelanggan untuk meningkatkan pengaruh sosial terhadap keputusan pembelian. Penerapan program loyalitas atau memberikan diskon bagi pelanggan yang membagikan pengalaman konsumen di media sosial dapat meningkatkan pengaruh positif dari rekomendasi sosial.
4. *Seroja Bake Cafe Jakarta* dapat lebih fokus pada pemasaran berbasis nilai dan emosi dengan mengaitkan konsep *food authenticity*, *trend awareness*, dan *social influence* dalam kampanye pemasaran konsumen. Dengan lebih menekankan nilai-nilai seperti keaslian, kualitas, dan koneksi sosial dalam setiap aspek promosi dan interaksi pelanggan, dapat meningkatkan ikatan emosional pelanggan dengan merek dan memperkuat loyalitas konsumen.

### **C. Rencana keberlanjutan penelitian**

Rencana keberlanjutan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya dapat memperluas variabel yang diteliti untuk menggali faktor-faktor lain yang memengaruhi *purchase decision* pelanggan, seperti harga, kualitas layanan, atau pengalaman pelanggan di lokasi fisik.
2. Penelitian selanjutnya juga dapat mengganti objek penelitian dari *Seroja Bake Cafe Jakarta* menjadi kafe lain.
3. Penelitian selanjutnya dapat diperluas ke sektor lain yang serupa, seperti restoran atau kedai kopi, untuk melihat apakah pengaruh *food authenticity*, *trend awareness*, dan *social influence* memiliki dampak yang sama pada keputusan pembelian.

