

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah diungkapkan pada pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. *Electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat beli konsumen Pukwe Cafe Kudus. Hal ini berarti semakin tinggi kecerdasan *electronic word of mouth* semakin tinggi pula minat beli konsumen. Penelitian ini menerima hasil penelitian yang dilakukan oleh Umamy ,*et al.*, Sarah dan Putra *et.al.*
2. *Brand awareness* berpengaruh terhadap minat konsumen Pukwe Café. Hal ini berarti semakin tinggi *brand awareness*, semakin tinggi pula minat beli konsumen. Penelitian ini menerima hasil penelitian yang dilakukan oleh Muslimawati, *et al.*, Purnomo serta Indah dan Budiarmo.

B. Keterbatasan Penelitian

Beberapa hal ini menjadikan adanya keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di kalangan *followers* instagram Pukwe Café sebagai calon konsumen yang akan berkunjung di Pukwe Café.
2. Penelitian ini hanya menerapkan metode *survey* dengan alat kuesioner berupa kuesioner *online*, sehingga kesimpulan yang diambil hanya berdasarkan pada data yang terkumpul melalui instrumen kuesioner tersebut.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, saran yang diberikan oleh peneliti adalah:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, sebaiknya perusahaan tetap melakukan komunikasi elektronik terhadap para konsumen karena hal ini dapat mendorong minat beli *followers* lain. Aktivitas instagram Pukwe Café juga dapat meningkatkan ulasan (*review*) maupun saran-saran positif sebagai pengalaman positif terhadap pengguna lain atau *followers* supaya menambah tingkat kesadaran merek Pukwe Café. Semakin

tinggi tingkat kesadaran merek maka akan mendorong konsumen melakukan pembelian produk.

2. Bagi Peneliti

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Variabel yang disarankan adalah *costumer relationship marketing*, variasi produk, *athmosphere store*, kualitas pelayanan, dan *social media marketing*.

