

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Metode riset diarsipkan dalam beberapa bagian, dan hasil temuan penelitian dijabarkan seperti berikut:

1. Pilihan pembelian konsumen terkait dengan G-Coffee dipengaruhi secara signifikan dan menguntungkan oleh dukungan influencer.
2. Atmosfer toko memengaruhi keputusan konsumen, tetapi dampaknya di G-Coffee cenderung minimal.
3. Temuan penelitian menunjukkan bahwa G-Coffee memiliki efek simultan dan tambahan yang mendukung pemeliharaan efek tersebut.

5.2 Saran

1. Dari temuan riset, diharapkan G-Coffee dan produknya akan mendapatkan keuntungan dari peningkatan eksposur udara dan rekomendasi penyimpanan. Penerapan ini diharapkan dapat meningkatkan pengunjung yang terpicat supaya membeli produk yang terkait dengan bisnis tersebut.
2. Kami berharap untuk menggunakan variabel yang tidak dipengaruhi oleh endorsement influencer dan store atmosphere dalam penelitian di G-Coffee di masa mendatang. G-Coffee mengangkat masalah lain dalam beberapa cara. Penelitian yang dilakukan semoga bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.