

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Intensity*, *Valence of Opinion* dan *Content* terhadap Keputusan Mahasiswa mengunjungi kafe di Sleman Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan pada konsumen Kobessah Kopi, Kafe Basabasi dan Bento Kopi mengenai pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan mahasiswa mengunjungi kafe di Sleman Yogyakarta dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Variabel *Intensity* tidak berpengaruh terhadap keputusan keputusan mahasiswa mengunjungi kafe di Sleman Yogyakarta
2. Variabel *Valence of Opinion* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan keputusan mahasiswa mengunjungi kafe di Sleman Yogyakarta
3. Variabel *Content* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan keputusan mahasiswa mengunjungi kafe di Sleman Yogyakarta

B. Saran

1. Bagi instansi (perusahaan)

Para pelaku bisnis kuliner seperti kafe harus meningkatkan strategi terkait *valence of opinion* dan *content* di Google Review. Pelaku bisnis dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan memberi inovasi produk dengan menu yang bervariasi serta memberikan fasilitas yang cukup seperti wifi yang lancar, toilet yang bersih, mushola, parkir yang luas, suasana kafe yang nyaman dan lain-lain. Sehingga konsumen yang berkunjung puas dengan fasilitas yang diberikan dan menuliskan *review* positif di Google Review yang bisa meningkatkan kunjungan mahasiswa pada kafe tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian, diharapkan dapat menambah variasi variabel lain yang belum digunakan dalam penelitian ini, serta menambah jumlah sampel atau bahkan dapat memperluas ruang lingkup penelitian, karena penelitian yang menggunakan lebih banyak variabel dan sampel akan memungkinkan dapat memperoleh kesimpulan yang baik.

