

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Kopi Janji Jiwa Yogyakarta sehingga H_{a1} diterima.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Kopi Janji Jiwa Yogyakarta sehingga H_{a2} diterima.
3. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Kopi Janji Jiwa Yogyakarta sehingga H_{a3} diterima.
4. Gaya hidup, kualitas produk, dan persepsi harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Kopi Janji Jiwa Yogyakarta sehingga H_{a4} diterima.
5. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kopi Janji Jiwa Yogyakarta yaitu kualitas produk.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu terbatasnya waktu penelitian sehingga peneliti juga menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang sudah pernah membeli di Kopi Janji Jiwa Yogyakarta.

C. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan kesimpulan di atas maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen Kopi Janji Jiwa
 - a. Diharapkan pihak manajemen Kopi Janji Jiwa Yogyakarta dapat memerhatikan perubahan gaya hidup konsumen dari segi aktivitas, minat, dan opininya.
 - b. Diharapkan pihak manajemen Kopi Janji Jiwa Yogyakarta tetap mempertahankan kualitas produk, seperti mempertahankan aroma khas kopi, rasa kopi, menambah variasi rasa dan lain-lain.
 - c. Diharapkan pihak manajemen Kopi Janji Jiwa Yogyakarta mampu meningkatkan persepsi harga terhadap konsumen. Dengan cara memberikan manfaat lebih dari harga dibayarkan, memperhatikan harga dari pesaing sejenis dan sebagainya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Adapun saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang keputusan pembelian konsumen yaitu diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan keputusan pembelian konsumen agar hasil penelitiannya lebih baik dan lebih lengkap lagi.