

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di Surabaya
- 2) Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di Surabaya.
- 3) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di Surabaya.
- 4) Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Produk secara bersama – sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di Surabaya.
- 5) Kualitas Produk berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di Surabaya.

B. Saran

- 1) Pada variabel Gaya Hidup sebaiknya Kopi Kenangan di Surabaya memperbaiki tata dan desain ruangan dengan view yang lebih menarik untuk foto sebagai kenangan dari pelanggan yang berkunjung disana.
- 2) Pada variabel Promosi sebaiknya Kopi Kenangan di Surabaya lebih sering menayangkan iklan di media sosial lebih rinci dan mudah dipahami tentang syarat dan ketentuan dari promosi yang dilakukan ada batasan waktu tertentu.
- 3) Pada variabel Kualitas Produk sebaiknya Kopi Kenangan di Surabaya memberikan rasa yang konsisten pada kemasan *ready to drink* dimana rasa yang

dihasilkan terlalu creamy, sehingga rasa kopinya sangat kurang dan dominan manis.

- 4) Secara umum variabel Gaya Hidup bisa menjadi acuan untuk pengembangan dalam meningkatkan kunjungan ke *outlet* Kopi Kenangan dengan meningkatkan store *atmosfer* yang bagus, *waiters'* yang ramah, pelayanan yang baik dan menambahkan spot foto dalam ruangan untuk pengunjung.
- 5) Penelitian ini kemungkinan besar masih bisa dikembangkan kembali untuk menambah pengetahuan diluar variabel, sehingga dalam penelitian selanjutnya diharapkan lebih mampu mengembangkan kajian penelitian pada objek yang lebih luas lagi.



