

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tersebut maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sidji Coffee Space Kudus. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,256, berarti  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yakni  $2,256 > 1,985$ . Keputusan pembelian terjadi jika *word of mouth* terlaksana dengan baik, konsumen memberikan informasi yang positif mengenai produk Sidji Coffee Space kepada teman-teman terdekatnya, maka tercipta peningkatan keputusan pembelian.
2. *Price* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sidji Coffee Space Kudus. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,167, berarti  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yakni  $3,167 > 1,985$ . Pengaruh *price* terhadap keputusan pembelian produk sangat penting, dimana perusahaan harus memberikan harga yang sesuai untuk menarik konsumen datang membeli dan tidak hanya itu adanya inovasi rasa yang diberikan pada secangkir kopi.
3. *Life Style* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sidji Coffee Space Kudus. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,723, berarti  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yakni  $3,723 > 1,985$ . Pengaruh *life style* terhadap keputusan pembelian produk juga berpengaruh penting, dimana tempat nongkrong mereka mencerminkan gaya hidup seseorang.

### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tersebut, peneliti menyampaikan beberapa saran yang dapat memberikan pengetahuan bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Saran yang disampaikan peneliti antara lain:

1. Bagi konsumen diharapkan menjadi konsumen yang cerdas dan teliti dalam memutuskan pembelian produk yang akan dibeli. Selain itu konsumen harus menghindari sifat konsumtif yang berlebihan.

2. Bagi pemilik selalu menjadi pedoman bagi pengusaha kopi lainnya dan dapat membuat inovasi baru untuk produknya agar dapat bertahan dan bersaing dipasaran.
3. Bagi peneliti untuk penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini yang masih terbatas. Diharapkan juga untuk dapat menyempurnakan kekurangan dalam penelitian ini.

### C. Kontribusi Penulis

Kontribusi merupakan keterlibatan kita dalam suatu kegiatan bersama, serta menunjukkan keikutsertaan dalam suatu kegiatan. Coffeeshop merupakan trend bisnis yang semakin berkembang dari tahun ke tahun dan pertumbuhan bisnis ini sangat pesat. Kontribusi yang dapat diterapkan bagi pelaku usaha adalah dalam menjalankan suatu bisnis pasti ingin memperoleh keuntungan yang banyak, oleh karena itu pelaku usaha harus bisa menerapkan berbagai inovasi untuk menarik minat konsumen. Tidak hanya itu, apa yang kita peroleh harus saling berbagi kepada masyarakat. Jika pelaku usaha memperoleh keuntungan harus mempunyai tanggung jawab untuk memberikan kepada masyarakat bisa berbentuk fasilitas di *cafe*, bisa juga berbentuk uang, yang diberikan sebagai bentuk sumbangan dalam mendukung keikutsertaan dalam bentuk materi.