

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan Analisa data, pengujian hipotesis analisis dan pembahasan hasil tentang analisis pengaruh gaya hidup (X_1) dan promosi penjualan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) minuman kopi di café XCoffee di Bandar Lampung, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Gaya hidup konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian minuman kopi pada café XCoffee di Bandar Lampung, Gaya hidup yang meliputi aktifitas, minat dan pendapat yang ada pada konsumen yang akan mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Promosi penjualan XCoffee yang ditawarkan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Promosi penjualan yang ditawarkan oleh XCoffee kurang efektif dan tidak tepat sasaran.
3. Gaya hidup konsumen dan promosi penjualan yang ditawarkan oleh XCoffee secara bersama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Perubahan terjadi pada keputusan pembelian yang dijelaskan oleh variabel gaya hidup dan promosi penjualan sebesar 80,9% dan 19,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi Café XCoffee dalam membuat suatu strategi dalam meningkatkan penjualan, terlebih dahulu melihat kondisi yang sedang terjadi di lingkungan sekitar, agar strategi yang dibuat lebih adaptif (menyesuaikan). Seperti saat ini, dimana konsumen banyak menghabiskan aktivitas di rumah, seharusnya promosi yang ditawarkan agar efektif dan tepat sasaran adalah bagaimana konsumen dapat

menikmati kopi XCoffee di rumah dengan mendapatkan potongan harga atau semacamnya, tanpa harus datang membeli dengan cara *take away*. Hal ini dapat dilakukan melalui aplikasi *online* atau diantar sesuai dengan kebijakan XCoffee seperti diantar ke tempat,

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian selain gaya hidup dan promosi penjualan agar dapat lebih melengkapi penelitian ini karena masih banyak variabel bebas lainnya yang juga mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Bagi konsumen XCoffee untuk tetap setia, XCoffee telah berupaya semaksimal mungkin dengan memberikan promosi dengan harga yang terjangkau dan terus melakukan inovasi-inovasi ditengah persaingan bisnis *coffee shop* yang semakin ketat demi konsumen XCoffee agar bisa menikmati produknya.