

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka dapat diusulkan saran dengan harapan dapat memberikan manfaat kepada pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian mahasiswa manajemen 2017 menyatakan e - WOM bervariasi tinggi sehingga membuat konsumen dalam mempertimbangkan keputusan pembelian memanfaatkan hal tersebut.
2. Berdasarkan hasil penelitian mahasiswa manajemen 2017 menyatakan Gaya Hidup konsumen pada Kedai Kopi Janji Jiwa tinggi. Asumsi yang mendasari ini adalah bahwa konsumen mengekspresikan kepribadian mereka melalui perilaku. Jadi pendekatan *lifestyle* mampu mewujudkan tindakan yang efektif bagi pemasar kepada konsumennya, termasuk konsumen potensial sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk memutuskan pembelian produk Kopi Janji Jiwa.
3. e – WOM secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Janji Jiwa.
4. Gaya Hidup secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Janji Jiwa
5. Berdasarkan uji hipotesis simultan terdapat pengaruh simultan antara e – WOM dan Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian pada Produk Kopi Janji Jiwa.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka dapat diusulkan saran dengan harapan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menyebutkan bahwa e - WOM yang tinggi. Sehingga Kedai Kopi Janji Jiwa harus lebih meningkatkan pemasaran yang dapat

dikendalikan oleh konsumen berupa pemasaran dari mulut ke mulut yang berbasis elektronik atau Electronic Word of Mouth serta memanfaatkan alat digitalisasi dalam melakukan sebuah review produk. Untuk menarik konsumen dalam meningkatkan penjualan.

2. Untuk Kedai Kopi Janji Jiwa diharapkan dapat meningkatkan sebuah pendekatan yang sedang digemari atau menjadi trend center di kalangan konsumen yakni guna untuk mengetahui kebutuhan Gaya Hidup pada konsumen.
3. Bagi kalangan umum atau konsumen, apabila melakukan suatu pembelian diharap jangan hanya mengacu pada gaya hidup yang sedang *booming* saja, melainkan harus tetap mempertimbangkan manfaat apa yang akan diperoleh setelah memiliki barang tersebut, juga harus disesuaikan dengan kebutuhan dan penghasilan yang diperoleh.
4. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan objek penelitian yang lebih luas agar mendapatkan hasil yang lebih umum terhadap faktor - faktor yang dianggap mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
5. Untuk peneliti selanjutnya, agar dapat melakukan penelitian dengan meneliti lebih lanjut dari indikator variabel yang diteliti sehingga dapat mengidentifikasi lebih spesifik indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Kopi Janji Jiwa.