

BAB V

KESIMPULAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Bersinggah di Kabupaten Batang.
2. Variabel Citra Merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Bersinggah di Kabupaten Batang.
3. Variabel Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Bersinggah di Kabupaten Batang.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil di atas, adapun saran sebagai berikut:

1. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan. Cafe Bersinggah menjadi salah satu cafe yang terkenal di Kabupaten Batang, sehingga Cafe Bersinggah disarankan agar tetap menjaga karakteristik tempatnya yang selalu mengikuti perkembangan zaman yang modern agar selalu menjadi salah satu cafe yang kekinian di kalangan masyarakat dan menjadi lebih menarik banyak konsumen. Penelitian ini semoga bisa membantu peneliti selanjutnya, sebagai referensi dalam menambah wawasan penelitian. Peneliti menyarankan untuk diadakan *live* musik dalam satu bulan sekali

atau berapa minggu sekali, bahkan bisa menambahkan aktivitas lain agar menambah ketertarikan terhadap Cafe Bersinggah.

2. Citra Merek berpengaruh positif dan tidak signifikan. Citra merek bukannya hal yang selalu menjadi pandangan bagi konsumen dalam hal ini, sehingga disarankan agar Cafe Bersinggah selalu menjaga citra yang sudah tertanam dalam masyarakat agar bisa meningkatkan kepercayaan para konsumen. Penelitian ini semoga bisa membantu peneliti selanjutnya, sebagai referensi dalam menambah wawasan penelitian. Peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya menggunakan variabel lain seperti suasana toko, produk, promosi dan sebagainya.
3. Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa harga tidak mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembelian khususnya pada Cafe Bersinggah. Penelitian ini semoga bisa membantu peneliti selanjutnya, sebagai referensi dalam menambah wawasan penelitian. Peneliti menyarankan agar menambahkan variabel lain seperti kepuasan konsumen, loyalitas pelanggan dan kualitas produk.