

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, *store atmosphere*, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z Kopi Kenangan di Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisa data yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z Kopi Kenangan di Yogyakarta.
2. Variabel *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z Kopi Kenangan di Yogyakarta.
3. Variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z Kopi Kenangan di Yogyakarta.
4. Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi pada penelitian ini diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,787 (78,7%) menunjukkan bahwa kemampuan variabel harga, *store atmosphere*, dan gaya hidup untuk menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 78,7%, sisanya 21,3% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

#### B. Saran

1. Bagi perusahaan
  - a. Berdasarkan hasil dari penelitian ini harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z Kopi Kenangan di Yogyakarta. Oleh karena itu, untuk meningkatkan jumlah pembelian

perusahaan dapat menggunakan variabel non harga untuk menarik konsumen.

- b. Berdasarkan hasil dari penelitian ini *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z Kopi Kenangan di Yogyakarta. Oleh karena itu, diharapkan perusahaan untuk terus menjaga kenyamanan dan suasana *outlet* yang bersih dan menarik, dapat juga berinovasi untuk terus meningkatkan suasana *outlet* yang lebih nyaman lagi.
  - c. Berdasarkan hasil dari penelitian ini gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z Kopi Kenangan di Yogyakarta. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan untuk terus mengikuti tren gaya hidup generasi Z, seperti menyesuaikan produk dan citra merek dengan tren gaya hidup generasi Z.
2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang belum digunakan dalam penelitian ini. Oleh karena kemungkinan besar adanya variabel tambahan dapat memberikan hasil yang lebih lengkap dan memperkaya kesimpulan yang diperoleh.