

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada Konsumen Starbucks Coffee) baik hubungan secara langsung dan tidak langsung antar variabel. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan seperti berikut :

1. Harga secara langsung memiliki hubungan dan pengaruh yang positif dengan variabel Sikap Konsumen.
2. Gaya Hidup secara langsung memiliki hubungan dan pengaruh yang positif dengan variabel Sikap Konsumen.
3. Sikap Konsumen secara langsung memiliki hubungan dan pengaruh yang positif dengan variabel Keputusan Pembelian.
4. Harga secara tidak langsung memiliki hubungan dan pengaruh yang positif dengan variabel Keputusan Pembelian.
5. Gaya Hidup secara tidak langsung memiliki hubungan dan pengaruh yang positif dengan variabel Keputusan Pembelian.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan dari penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa masukan yang dapat menentukan kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan Gaya Hidup, Harga, Sikap Konsumen, dan Keputusan Pembelian, diantaranya :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Untuk Gaya Hidup, menurut saran penulis seharusnya pemimpin harus lebih menunjang sarana dan prasarana cafe agar konsumen dapat menikmati dan berkunjung lebih dari sekali.

- b. Untuk Harga, menurut saran penulis seharusnya pemimpin lebih meningkatkan kualitas dari produknya dengan harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan.
- c. Untuk Sikap Konsumen, menurut saran penulis seharusnya pemimpin lebih berkomitmen pada visi dan misi perusahaan, karena konsumen sudah mempercayai produk yang diberikan oleh Starbucks Coffee.
- d. Untuk Keputusan Pembelian, menurut saran penulis seharusnya pemimpin selalu memenuhi keinginan konsumen dan selalu memberikan informasi yang terbaru tentang produk yang ditawarkan.

2. Bagi Peneliti

Diharapkan mampu memberikan masukan, pengetahuan dan pemahaman mengenai Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada Konsumen Starbucks Coffee).