

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keberadaan *word of mouth*, *price*, *halal lifestyle* terhadap keputusan pembelian minuman kopi di kafe Kata Kopi Kudus. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden dari pelanggan kafe Kata Kopi Kudus untuk penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Berdasarkan analisis dari penelitian dapat disimpulkan:

1. Variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Kata Kopi Kudus. Penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H_1), bahwa *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Kata Kopi Kudus. Hal ini menunjukkan penerimaan hipotesis kedua (H_2) bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Variabel *halal lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Kata Kopi Kudus. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) diterima, yang menyatakan bahwa *halal lifestyle* mempengaruhi keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan uraian dan pembahasan hasil penelitian di atas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat membantu pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Konsumen diharapkan menjadi *smart buyer* dan cermat dalam mengambil keputusan pembelian. Tentang produk yang akan dibeli. Selain itu, konsumen harus menghindari konsumsi yang berlebihan.
2. Bagi pemilik bisnis, selalu menjadi pedoman bagi pengusaha lain di industri kopi dan dapat membuat inovasi baru dalam produk untuk bertahan dan bersaing dipasaran.

3. Peneliti memiliki penelitian yang cukup untuk mengembangkan penelitian ini yang masih terbatas, diharapkan juga untuk dapat memperbaiki kekurangan dari penelitian ini.
4. Saran untuk peneliti selanjutnya
 - Pemasaran
 - Pelayanan

