V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada pembahasan maka dari hasil penelitian dapat disimpulkan:

1. Perilaku konsumen *Coffee shop* di Kota Jambi berdasarkan hasil penelitian adalah sebagian besar responden yang mengunjungi *coffee shop* menyatakan setuju pemilihan dan keputusan dalam berperilaku. Sebanyak 52,5% konsumen mengungkapkan bahwa mereka memilih *coffee shop* tersebut karena harga yang ditawarkan terjangkau, kopi yang disuguhkan berkualitas, dan memiliki rasa yang enak, dan 40 % menyatakan bahwa mereka membeli kopi di *coffee shop* karena sesuai dengan kebutuhan konsumsi mereka, kopi yang dijual mempunyai kesegaran yang kuat, dan mempunyai banyak varian rasa.
2. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen *coffee shop* di Kota Jambi adalah faktor internal (umur, pekerjaan, tingkat pendidikan, status pernikahan) dan faktor eksternal (budaya, keluarga, lingkungan, media sosial). Berdasarkan hasil penelitian ini, faktor internal secara total berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *coffee shop* dan perilaku konsumen. Faktor eksternal secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *coffee shop* perilaku konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka diperoleh saran, yaitu :

1. Bagi pemasar (produsen) disarankan agar memahami perilaku dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam hal keputusan pembelian minuman kopi di *coffee shop* sehingga dapat bersaing dan mempertahankan usaha *coffee shop*. Sebaiknya pengusaha *coffee shop* lebih mempertimbangkan faktor eksternal dari pada faktor internal konsumennya karna keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam mengonsumsi kopi di *coffee shop* dipengaruhi oleh faktor eksternal, pengaruh ini juga dimoderasi oleh *coffee shop* itu sendiri yaitu fasilitas, kualitas pelayanan, dan desain.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar dapat meneliti lebih lanjut mengenai perilaku konsumen dan faktor-faktor lain di luar penelitian ini yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli minuman kopi serta atribut dari *coffee shop* di Kota Jambi baik berpengaruh maupun tidak berpengaruh secara nyata.