

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka diambil kesimpulan:

1. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen kopi kita cabang jati Padang.
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen kopi kita cabang jati Padang.
3. Gaya hidup dan lokasi secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen kopi kita cabang jati Padang..
4. Variabel yang paling berpengaruh dalam penelitian ini yaitu lokasi sebesar 57,8%

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan batasan dari penelitian, penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk Gaya hidup yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Coffee Shop Kopi Kita cabang Padang dapat dimanfaatkan melalui berbagai strategi. Segmentasi pasar yang lebih spesifik, seperti menargetkan pekerja kantoran dan mahasiswa, memungkinkan penyesuaian layanan dan produk. Peningkatan atmosfer kafe dengan desain estetik dan area kerja bersama juga dapat meningkatkan pengalaman pelanggan. Dari sisi produk, variasi menu yang sesuai dengan gaya hidup, seperti kopi rendah kalori atau varian berbasis tanaman, dapat menarik lebih banyak konsumen. Selain itu, promosi melalui influencer, media sosial interaktif, dan program loyalitas dapat memperkuat keterikatan pelanggan. Layanan yang lebih personal serta penyelenggaraan acara komunitas, seperti workshop kopi atau diskusi santai, juga dapat meningkatkan

engagement. Dengan strategi ini, Coffee Shop Kopi Kita dapat memperkuat daya tarik dan loyalitas pelanggan, serta meningkatkan minat beli secara berkelanjutan.

2. Untuk Variabel Lokasi yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Coffee Shop Kopi Kita cabang Padang dapat dimanfaatkan dengan berbagai strategi. Pemilihan lokasi yang strategis, seperti di area perkantoran, kampus, atau pusat perbelanjaan, dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas bagi konsumen. Selain itu, ketersediaan fasilitas pendukung, seperti area parkir yang luas, akses transportasi yang mudah, serta lingkungan yang nyaman, juga dapat memengaruhi keputusan pembelian. Coffee Shop Kopi Kita juga dapat mengoptimalkan lokasi dengan menciptakan suasana yang menarik, seperti desain interior yang estetik dan nyaman, sehingga pelanggan betah berkunjung lebih lama. Pemanfaatan ruang luar atau konsep outdoor seating dapat menjadi daya tarik tambahan, terutama bagi konsumen yang mencari suasana santai. Selain itu, strategi pemasaran berbasis lokasi, seperti promosi bagi pelanggan di sekitar area kafe atau kerja sama dengan bisnis di sekitarnya, dapat meningkatkan daya tarik. Dengan memaksimalkan potensi lokasi, Coffee Shop Kopi Kita cabang Padang dapat memperkuat daya saing dan meningkatkan minat beli konsumen secara berkelanjutan.
3. Variabel gaya hidup dan lokasi yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Coffee Shop Kopi Kita cabang Padang dapat dimanfaatkan dengan strategi yang tepat. Dari aspek gaya hidup, Coffee Shop Kopi Kita perlu menyesuaikan konsep dan layanan dengan preferensi pelanggan, seperti menyediakan area kerja bersama bagi pekerja kantoran dan mahasiswa,

serta menghadirkan menu yang mendukung tren kesehatan dan keberlanjutan. Selain itu, pemasaran berbasis gaya hidup melalui media sosial, kerja sama dengan komunitas, serta event interaktif dapat memperkuat keterikatan pelanggan. Sementara itu, lokasi strategis juga menjadi faktor kunci dalam meningkatkan minat beli. Pemilihan lokasi yang dekat dengan pusat aktivitas, seperti kampus, perkantoran, atau pusat perbelanjaan, dapat meningkatkan visibilitas dan kemudahan akses bagi pelanggan. Fasilitas pendukung, seperti area parkir, akses transportasi yang baik, serta lingkungan yang nyaman, juga dapat menambah daya tarik. Kombinasi antara konsep yang sesuai dengan gaya hidup target pasar dan lokasi yang strategis akan memperkuat daya saing Coffee Shop Kopi Kita, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta mendorong minat beli secara berkelanjutan.