

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

1. Karakteristik Pengunjung *Cofee Shop* di Malang

Dari jenis kelamin mayoritas pengunjung adalah pria. Usia rata-rata 18-24 tahun, Pekerjaan Pelajar/ mahasiswa. Pendidikan terakhir SMA. Status pernikahan lajang. Tingkat pendapatan >1jt. Intensitas *hangout* 1x dalam seminggu. Kegiatan yang paling sering dilakukan adalah refresing.

2. Dari hasil analisis faktor dari 4 variabel menjadi 2 variabel yang dijadikan faktor-faktor perilaku konsumen pengunjung *cofee shop* di Malang. Yaitu faktor 1 [Pribadi (Item x2.2 Teman, Item x2.3 Status Pekerjaan, Item x3.1 Jenis Pekerjaan, item x3.2 Jenis Pendapatan, Item x3.3 Ekonomi Negara, Item x3.4 Gaya Hidup, Item x3.5 Konsep Diri, Item x4.1 Nyaman Item x4.2 Aktualisasi Diri)]. Faktor 2 [Budaya meliputi (Item x1.1 Nilai Pribadi Dan Sosial, Item x1.2 Keinginan, Item x1.3 Kebiasaan, Item x1.4 Geografis Kota Malang, Item x2.1 Keluarga, Item x2.4 Komunitas, Item x2.5 Peran dan Status, Item x4.3 Relax)]

#### 5.2 Saran

1. penelitian selanjutnya diharapkan dapat menentukan faktor-faktor perilaku konsumen yang lain. Dalam hal ini Pengunjung *Cofee Shop* di Malang.

2. penelitian dapat menjadi bahan acuan pendirian usaha *Cofee Shop* baik dari segi karakteristik konsumen dan juga faktor-faktor perilaku konsumen.

