

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa perilaku konsumen muslim dalam mengonsumsi kopi di *coffee shop* berdasarkan perolehan *masalah* yang didapatkan terbagi menjadi dua; yaitu mendapatkan *masalah* dan kurang mendapatkan *masalah*. Perilaku konsumen muslim dalam mengonsumsi kopi di *coffee shop* yang didasari oleh Kebutuhan dan keinginan. Adapun Faktor-Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen muslim dalam mengonsumsi kopi di *coffee shop* terdiri dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Faktor-faktor pendukung keputusan pembelian konsumen diantaranya adalah faktor harga, kualitas rasa, dan juga tempat/lingkungan yang nyaman. Perilaku konsumen muslim telah sesuai dengan prinsip-prinsip konsumsi dalam islam (Prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas).

#### **B. Saran**

Adapun saran yang dapat disampaikan berkaitan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepada konsumen muslim di Kabupaten Tanah Bumbu, agar kiranya dalam mengonsumsi kopi lebih mementingkan aspek kebutuhan dibanding keinginan semata.

2. Kepada pelaku kopi dalam hal ini pemilik *coffee shop* agar kiranya memberikan jam malam yang normal dan tidak terlalu larut kepada konsumen.
3. Kepada para peneliti yang ingin meneliti terkaitan dengan perilaku konsumen muslim terhadap fenomena maraknya *coffee shop* untuk melakukan penelitian perbandingan atau studi komparatif antara satu kota dengan kota yang lain