

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik konsumen minuman *Chocolate Changer* yaitu didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan. Sebagian besar responden berusia 19 - 24 tahun dengan kategori pemuda. Dalam hal pekerjaan didominasi oleh responden yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa dan dalam hal pendapatan per bulan, responden paling banyak memiliki pendapatan per bulan sebesar < Rp. 1.500.000. Dan sebagian besar responden membeli minuman *Chocolate Changer* yang bertempat tinggal dengan jarak ke tempat pembelian ≤ 1 km.
2. Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian minuman *Chocolate Changer* di Kota Padang adalah faktor psikologi. Sedangkan faktor kebudayaan, faktor sosial dan faktor pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian minuman *Chocolate Changer*. Koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,372 yang berarti variabel faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi mampu mempengaruhi variabel proses keputusan pembelian sebesar 37,2% sedangkan sisanya sebesar 62,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor psikologi merupakan satu-satunya faktor yang berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian. Nilai motivasi dan persepsi menunjukkan bahwa dengan adanya motivasi konsumen mengkonsumsi minuman *Chocolate Changer* karena rasa haus dan konsumen memiliki persepsi/pandangan yang baik terhadap coklat. Disini perlu disikapi dengan adanya motivasi dan persepsi yang baik yang dimiliki konsumen terhadap minuman *Chocolate Changer*, maka diharapkan pemilik dalam pengolahan minuman *Chocolate Changer* tetap

mempertahankan kualitas bahan baku karena akan mempengaruhi rasa dari minuman *Chocolate Changer* tersebut sehingga konsumen terus memiliki keinginan untuk mengonsumsi minuman *Chocolate Changer* dan tetap memiliki persepsi yang baik untuk minuman cokelat.

2. Untuk peneliti yang tertarik meneliti mengenai minuman *Chocolate Changer*, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan mempertimbangkan variabel lain diluar variabel yang telah dijelaskan dalam penelitian ini.

