

## BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Es Pala maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik konsumen minuman Es Pala yaitu didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan. Sebagian besar responden berusia 19 - 24 tahun dengan kategori dewasa awal. 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 – Rp.2.500.00. Dan sebagian besar responden membeli minuman Es Pala yang bertempat tinggal dengan jarak ke tempat pembelian  $\leq 2$  km.
2. Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian minuman Es Pala di Kota Padang adalah faktor psikologi. Sedangkan faktor kebudayaan, faktor sosial dan faktor pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian minuman Es Pala.

### 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 Es Pala karena rasa haus dan konsumen memiliki persepsi/pandangan yang baik terhadap Es Pala. Disini perlu disikapi dengan adanya motivasi dan persepsi yang baik yang dimiliki konsumen terhadap minuman Es Pala maka diharapkan pemilik dalam pengolahan minuman Es Pala tetap mempertahankan kualitas bahan baku karena akan mempengaruhi rasa dari minuman Es Pala tersebut sehingga

konsumen terus memiliki keinginan untuk mengkonsumsi minuman Es Pala dan tetap memiliki persepsi yang baik untuk minumn Es Pala.

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

