

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Hasil penelitian dan analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor psikologis yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap memengaruhi keputusan pembelian konsumen Mixue di Kota Padang. Berikut adalah beberapa kesimpulan yang dapat dibuat:

1. Penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor psikologis konsumen es krim Mixue terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap. Pada penelitian ini konsumen memberikan tanggapan setuju dengan kategori tinggi pada seluruh variabel. Pada variabel faktor motivasi konsumen memberikan jawaban tertinggi terhadap indikator penasaran. Pada variabel faktor persepsi responden memberikan jawaban tertinggi terhadap pernyataan bahwa es krim Mixue mudah ditemukan dan memiliki gerai terbanyak. Pada variabel faktor pembelajaran responden memberikan jawaban tertinggi terhadap pernyataan bahwa mereka mempelajari produk Mixue dari internet dan media sosial yang mereka miliki. Pada variabel faktor keyakinan dan sikap responden memberikan jawaban tertinggi terhadap pernyataan bahwa produk Mixue tidak diragukan lagi karena viral.
2. Penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen es krim Mixue di Kota Padang.

3.2. Saran

Berdasarkan tujuan dan hasil penelitian, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan bisa bermanfaat bagi banyak pihak. Saran yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Bagi penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih dalam lagi terkait faktor-faktor perilaku konsumen terhadap produk Mixue ini, seperti faktor budaya, sosial, dan pribadi. Serta dapat melakukan pengembangan lebih lanjut dari model dengan indikator yang lebih representatif untuk meningkatkan reliansi prediktif dan nilai *R-Square*.
2. Bagi produsen untuk meningkatkan loyalitas konsumen dapat lebih memerhatikan aspek psikologis konsumen, seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap dalam pembelian produk Mixue.

