

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Ada pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian kopi kenangan di kalangan mahasiswa Kabupaten Karawang, dengan hasil perhitungan Sig. $0,002 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak.
2. Ada pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian kopi kenangan di kalangan mahasiswa Kabupaten Karawang, dengan hasil perhitungan Sig. $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.
3. Ada pengaruh motivasi konsumen dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian kopi kenangan di kalangan mahasiswa Kabupaten Karawang, dengan hasil perhitungan Sig. $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan beberapa keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti, maka terdapat beberapa saran yang diberikan berikut di antaranya:

1. Bagi perusahaan atau pebisnis

Berdasarkan hasil penelitian bahwa motivasi konsumen dan persepsi kualitas dapat meningkatkan tingginya keputusan pembelian produk kopi kenangan di kalangan mahasiswa Kabupaten Karawang, maka dari itu diharapkan kepada perusahaan ataupun pebisnis lainnya dapat terus berinovasi dalam menjaga kualitas produk barang atau jasa yang ditawarkan sehingga hal tersebut dapat memicu motivasi konsumen yang tinggi dan persepsi kualitas yang positif dari konsumen yang diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian suatu produk atau jasa agar dapat bertahan dalam dunia persaingan bisnis.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti dengan produk dan populasi yang berbeda serta peneliti selanjutnya dapat menggunakan 55,9% faktor variabel lain yang tidak diteliti seperti faktor budaya, faktor sosial, konsep diri dan lain sebagainya untuk mendapatkan hasil yang mendalam sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik serta dapat memperoleh ilmu pengetahuan yang baru.

