

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Qouka Coffee. Dari rumusan masalah diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu: Faktor kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, tempat, dan *word of mouth* terhadap motivasi konsumen untuk keputusan pembelian didapatkan hasil berdasarkan dari hipotesis, yaitu Kualitas produk dipengaruhi ketertarikan konsumen terhadap motivasi konsumen produk di Qouka Coffee. Bentuk, ukuran, higienis, penyajian yang menarik, kehalalan, cita rasa dari produk di Qouka Coffee dengan harga tidak dipengaruhi oleh daya pesaing, dan harga terjangkau dengan kualitas pelayanan yang baik sekaligus tempat mendukung untuk berlama-lama disana karena nyaman dan bersih dan berbagai media promosi yang dijalankan seperti membuat konten menjadi salah satu kunci keberhasilan untuk memotivasi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian di Qouka Coffee.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka peneliti memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi para pebisnis yang ingin mendirikan *coffee shop* di Surabaya. Saran yang dapat diberikan antara lain:

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan lagi penelitian mengenai keputusan pembelian dengan menambahkan faktor-faktor lainnya yang bisa menjadi keputusan pembelian konsumen pada *coffee shop* khususnya Qouka Coffee yang bisa menjadi keputusan pembelian konsumen, serta

dengan pendekatan dan analisis yang lebih baik lagi.