

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dirumuskan menggunakan analisis deskriptif dan analisis SEM-PLS yang telah dilakukan terkait pengambilan keputusan pembelian, dapat diambil kesimpulan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Metode pembelian yang dipilih konsumen yaitu offline sebanyak 50%. Alasan konsumen memilih menggunakan metode offline yaitu lokasi mudah dituju oleh konsumen. Metode online sebanyak 50% dengan alasan konsumen memilih menggunakan metode online yaitu karena adanya voucher diskon pada aplikasi yang membuat konsumen tertarik untuk belanja.
2. Pembelian EsTeh Indonesia didominasi oleh konsumen dewasa dimana motivasi konsumen dewasa membeli karena berkumpul bersama keluarga, sebagai alternatif untuk tempat nongkrong dan mengerjakan tugas. Motivasi konsumen remaja dalam melakukan pembelian yaitu mengikuti trend dan rekomendasi dari teman atau keluarga.
3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, tingginya pembelian disebabkan oleh kemasan produk yang menarik. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, konsumen membeli disebabkan karena harga yang ditawarkan sesuai dengan apa yang didapatkan oleh konsumen. Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, tingginya pembelian EsTeh Indonesia disebabkan oleh konsumen yang terlebih dahulu mengenal merek. *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap

keputusan pembelian, disebabkan karena kurang adanya iklan yang menarik sehingga konsumen kurang yakin untuk mengunjungi dan membeli EsTeh Indonesia.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan dapat direkomendasikan saran sebagai berikut :

1. EsTeh Indonesia terus mempertahankan kualitas produk, harga dan merek yang sudah ditetapkan. Meningkatkan strategi dan meningkatkan kolaborasi dengan food blogger serta terus membangun kepuasan konsumen agar produk-produk yang ditawarkan menarik konsumen untuk membeli. Mempertahankan racikan minuman pada setiap outlet sesuai dengan SOP EsTeh Indonesia dan memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen.
2. Diharapkan untuk meningkatkan promosi dengan cara selalu aktif dalam sosial media, memberikan informasi-informasi serta memberikan promo event tertentu agar konsumen tertarik untuk membeli produk EsTeh Indonesia.