

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang sudah dijabarkan dengan judul “Analisis Motivasi Generasi Z Terhadap Minat Beli Minuman Tradisional Dan Minuman Modern” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Motivasi memiliki pengaruh terhadap minat beli minuman tradisional dan minuman modern. Generasi Z masih memiliki ketertarikan terhadap minuman tradisional meskipun saat ini sudah banyak pengusaha yang menjual minuman modern dan kebanyakan konsumen generasi z lebih mengetahui minuman modern dibandingkan minuman tradisional. Konsumen yang merupakan generasi z memiliki minat beli yang cukup besar terhadap minuman modern, tetapi masih ada juga konsumen yang memiliki minat beli terhadap minuman tradisional meskipun saat ini minuman modern sudah banyak menjamur.
2. Faktor motivasi yang berpengaruh terhadap minat beli adalah faktor rasional dan faktor emosional. Faktor motivasi rasional dan faktor motivasi emosional cukup berpengaruh penting terhadap minat beli konsumen, dimana kecenderungan konsumen untuk membeli barang atau produk didasarkan pada kenyataan produk dan didasarkan pada perasaan konsumen atas barang tersebut.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian dan kajian terkait pengaruh motivasi dan faktor motivasi yang berpengaruh terhadap minat beli minuman tradisional dan minuman modern, penulis ingin menyampaikan saran kepada beberapa pihak sebagai berikut.

1. Peneliti selanjutnya, diharapkan agar mengkaji ruang lingkup yang lebih bisa mengembangkan penelitian yang terkait motivasi dan minat beli.
2. Bagi generasi Z, perlu diperhatikan bahwa kita sebagai warga Indonesia khususnya generasi Z sebagai generasi penerus bangsa harus memiliki

PEBRI PRATAMA, 2022

ANALISIS MOTIVASI GENERASI Z TERHADAP MINAT BELI MINUMAN TRADISIONAL DAN MINUMAN MODERN DI BANDUNG TIMUR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pengetahuan akan minuman-minuman tradisional yang sudah turun-temurun diwariskan dari orang tua kita terdahulu. Alangkah baiknya, kita tetap melestarikan minuman tradisional sebagai ciri khas meskipun sudah banyak aneka minuman modern yang hadir dan berkembang pesat pada saat ini.

3. Bagi pelaku bisnis, dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa walaupun minuman tradisional mulai tersaingi dengan kehadiran minuman modern yang semakin menjamur, tetapi masih ada masyarakat terlebih generasi Z yang masih berminat dalam mengonsumsi minuman tradisional. Hal tersebut dapat menjadi peluang bisnis untuk lebih memperbanyak penjualan minuman tradisional dengan memberikan berbagai inovasi terhadap minuman tradisional agar lebih menarik. Secara tidak langsung, hal tersebut juga dapat memajukan UMKM di Indonesia.
4. Bagi Pemerintah, diharapkan pemerintah bisa membantu melestarikan dan memanfaatkan apa yang sudah kita punya, seperti minuman tradisional yang menjadi ciri khas dari masing-masing daerah yang ada di Indonesia. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memberikan dukungan kepada pelaku UMKM, khususnya untuk minuman tradisional sehingga memberi peluang bagi para penjual minuman tradisional menjual produknya. Dengan berkembangnya UMKM di Indonesia, maka akan memberikan dampak yang positif bagi kemajuan di bidang pariwisata.

