

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif serta teknik analisis regresi berganda, antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Starbucks Reserve PVJ, maka dari penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara umum tanggapan responden mengenai pelaksanaan gaya hidup di Starbucks Reserve PVJ yang terdiri dari 4 dimensi yaitu *activity*, *interest*, *opinion*, *demographic*. Dimensi *interest* mendapatkan penilaian tertinggi. Pada *interest* konsumen mendapatkan *prestige* ketika mengkonsumsi produk Starbucks, sehingga hal ini paling berpengaruh pada proses keputusan pembelian.
2. Tanggapan reponden mengenai keputusan pembelian yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merk, pemilihan saluran distribusi, waktu pembelian, jumlah pembelian, metode pembayaran berada pada kategori tinggi. Penilaian tertinggi ada pada pemilihan merk seperti seberapa pengaruh pemilihan iklan di media sosial atau media massa terhadap kunjungan di Starbucks Reserve PVJ, pengaruh rekomendasi dari teman, dan seberapa baik citra Starbucks Reserve PVJ di benak konsumen. Dimana hal-hal yang menjadi daya tarik bagi konsumen untuk melakukan pembelian adalah karena merk yang terbangun sudah mendapatkan *brand postioning* di benak konsumen sehingga konsumen yang datang dan melakukan pembelian akan mendapatkan *prestige* dengan mengkonsumsi produk Starbucks.
3. Gaya hidup yang terdiri dari *activity*, *interest*, *opinion* dan *demographics* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.1 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan rekomendasi mengenai gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Starbucks Reserve PVJ, yaitu:

1. Penelitian tentang gaya hidup di Starbucks Reserve PVJ yang meliputi *activity*, *interest*, *opinion*, *demographic* ini membantu meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Gaya hidup memiliki peran yang penting bagaimana menganalisa kondisi pasar dan ketertarikan konsumen yang semakin beragam. Namun berdasarkan hasil penelitian, responden *activity* mendapatkan nilai paling rendah, namun sangat berpengaruh bagi keputusan konsumen karena *activity* meliputi seberapa nyaman konsumen melakukan aktivitasnya di Starbucks Reserve PVJ seperti mengerjakan tugas atau *meeting*, oleh karena itu perlu adanya hal-hal penunjang yang nyaman bagi konsumen seperti kursi yang nyaman, akses internet yang menunjang atau music yang nyaman ditelinga.
2. Keputusan pembelian terhadap gaya hidup memiliki penilaian yang tinggi, hal ini dikarenakan pengalaman yang didapat setelah konsumen melihat atau sebelumnya pernah mencoba produk Starbucks. Akan tetapi, pada dimensi jumlah pembelian untuk keputusan pembelian mendapatkan nilai yang paling rendah, maka dari itu ketika tingginya pembelian dan ketertarikan konsumen pada produk Starbucks namun tidak seimbang dengan banyaknya jumlah pembelian. Maka dari itu penting bagi Starbucks untuk meningkatkan jumlah pembelian konsumen dan mengoptimalkan jumlah pembelian pada saat konsumen berkunjung dan melakukan pembelian, dalam hal ini promosi internal dapat dilakukan di Starbucks Reserve PVJ seperti melakukan *sampling* makanan dan minuman, *coffee cupping* dan *coffee tasting* hal ini agar menimbulkan minat konsumen untuk memperbanyak jumlah pembelian.
3. Berdasarkan hasil penelitian gaya hidup yang terdiri dari *activity*, *interest*, *opinion*, *demographic* secara bersama-sama memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap keputusan pembelian. Dalam hal ini *opinion* memiliki pengaruh yang sangat kuat, karena konsumen yang melakukan pembelian diharapkan merasa puas dengan pelayanan, produk

dan suasananya. Sehingga semakin banyak konsumen yang pusa terbentuklah banyak opini yang positif.

4. Penulis menyadari bahwa penelitian ini tentunya memiliki kekurangan karena keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis berharap akan adanya penelitian lanjutan sebagai bahan rekomendasi untuk peneliti berikutnya dengan meneliti faktor-faktor lain seperti yang dapat meningkatkan keputusan pembelian di Starbucks Reserve PVJ secara lebih mendalam. Temuan lain diharapkan bisa menjadi masukan bagi perkembangan dan kemajuan Starbucks Reserve PVJ dimasa yang akan datang.