

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah Gaya Hidup dan Motivasi dapat berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Starbuck. Berdasarkan pada perhitungan analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu:

##### **1. Gaya hidup**

- a. Hasil analisis data pada penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ), hal tersebut dapat dilihat dari nilai Beta yaitu sebesar 0,199, artinya bahwa Motivasi memiliki pengaruh sebesar 0,199 dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian ke starbuck.
- b. Berdasarkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh yaitu sebesar 0,509, menunjukkan bahwa 50,9% variabel Keputusan Pembelian ( $Y_1$ ) dipengaruhi oleh variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ), sementara sisanya ada sebesar 49,1% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang mana variable itu tidak dibahas dalam penelitian ini.

##### **2. Motivasi**

- a. Hasil analisis data pada penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel Motivasi ( $X_2$ ) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ), hal tersebut dapat dilihat dari nilai B yaitu sebesar 0,177,

artinya bahwa motivasi memiliki pengaruh sebesar 0,177 dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian ke Starbuck.

- b. Berdasarkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh yaitu sebesar 0,316, menunjukkan bahwa 31,6% variabel Keputusan Pembelian ( $Y_1$ ) dipengaruhi oleh variabel Motivasi ( $X_1$ ), sementara sisanya sebesar 68,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat antara lain:

1. Di harapkan perusahaan Starbucks dapat membuat suatu strategi yang berhubungan dengan promo yang menarik untuk dapat meningkatkan pembelian. Hal tersebut dikarenakan pada penelitian ini menunjukkan bahwa item (X1.3.1) membeli produk Starbucks karena promo yang menarik, memiliki nilai rata-rata yang lebih besar di bandingkan item lainnya dari variabel Gaya Hidup.
2. Di harapkan perusahaan Starbucks dapat meningkatkan kenyamanan outlet agar pengunjung merasa lebih nyaman ketika berada di Starbucks. Hal tersebut dikarenakan pada penelitian ini menunjukkan bahwa item (X2.1.3) Starbucks tempat yang nyaman untuk dikunjungi, memiliki nilai rata-rata yang lebih besar di bandingkan item lainnya dari variabel Motivasi
3. Bagi peneliti selanjutnya yang meneliti mengenai judul yang sama, diharapkan dapat lebih mengeksplor item dan faktor yang tidak disebutkan

dalam penelitian ini, sehingga bisa mengetahui hal-hal lain yang menjadi faktor dalam keputusan pembelian di Starbucks.

4. Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan dalam bidang pariwisata. Diharapkan penelitian selanjutnya lebih menonjolkan aspek pariwisata dalam setiap pemilihan variabel yang digunakan dalam melakukan penelitian.