# BAB V

# KESIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penjelasan yang telah dipaparkan pada penelitian yang telah dilakukan terhadap *self-actualization* dan gaya hidup Gen Z terhadap keputusan pembelian di Filosofi Kopi Bandung, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Self-actualization* yang diukur menggunakan empat indikator, yaitu kebutuhan memahami hal baru untuk pertumbuhan (*growth need*), kebutuhan pencapaian potensi seseorang (*achieving one's potential*), kebutuhan pemenuhan diri (*self-fulfillment)* dan kebutuhan dorongan untuk mempertahankan keberadaannya. Indikator kebutuhan memahami hal baru untuk pertumbuhan (*growth need*) memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik dan persentase terendah terdapat pada kebutuhan dorongan untuk mempertahankan keberadaannya dengan kategori baik. Hal ini menunjukan bahwa bentuk permasalahan mengenai *Self Actualization* konsumen Filosofi Kopi Kota Bandung adalah keberadaan konsumen di Filosodi Kopi Kota Bandung kurang bisa untuk memenuhi kebutuhan dirinya untuk mengaktualisasikan diri. Secara keseluruhan *Self Actualization* pada konsumen Filosofi Kopi Kota Bandung berada pada kategori baik.
2. Gaya Hidup yang diukur menggunakan tiga indikator, yaitu diantaranya aktivitas, minat dan opini. Indikator opini memperoleh persentase skor

tertinggi dengan kategori baik dan persentase terendah terdapat pada minat dengan kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa bentuk permasalahan tentang Gaya Hidup pada konsumen Filosofi Kopi Kota Bandung adalah kurangnya minat konsumen untuk mencari tahu atau mencoba produk baru yang ditawarkan oleh Filosofi Kopi Kota Bandung. Secara keseluruhan Gaya Hidup pada konsumen Filosofi Kopi Kota Bandung berada pada kategori baik.

3. Keputusan Pembelian yang diukur menggunakan lima indikator, yaitu diantaranya pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Indikator perilaku pasca pembelian memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik dan persentase terendah terdapat pada indikator pencarian informasi dengan kategori baik. Hal ini menunjukan bahwa bentuk permasalahan mengenai Keputusan Pembelian pada kosumen Filosofi Kota Bandung adalah kurangnya minat konsumen untuk mencari tahu baik secara internal maupun eksternal mengenai Filosofi Kopi Kota Bandung. Secara keseluruhan Keputusan Pembelian pada konsumen Filosofi Kopi Kota Bandung berada pada kategori baik.
4. Hasil dari penelitian ini dapat membuktikan bahwa adanya pengaruh baik secara parsial maupun simultan antara *Self Actuakization* dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Filosofi Kopi Kota Bandung. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji yang telah dilakukan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima sehingga

terdapat pengaruh yang positif antara *Self Actualization* dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Filosofi Kopi Kota Bandung. Lalu, secara simultan pun terdapat pengaruh yang signifikan antara *Self Actualization* dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Filosofi Kopi Kota Bandung.

## 5.2 Saran

Hasil dari penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan didalamnya. Maka peneliti juga akan memberi saran sebagai bahan pertimbangan dan penyempurnaan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti pada bidang yang sama. Berikut saran yang akan diberikan oleh peneliti:

### 5.2.1 Bagi Filosofi Kopi

1. Kinerja manajemen Filosofi Kopi Kota Bandung, telah memiliki standar yang baik untuk dapat memenuhi kebutuhan *self actualization* pada konsumen maupun gaya hidup konsumen. Namun, untuk dapat dikenal lebih luas lagi maka Filosofi Kopi Kota Bandung sebaiknya lebih memberikan atau membuat suatu terobosan pemasaran agar konsumen lebih tertarik lagi dengan produk ataupun penawaran yang pada Filosofi Kopi Kota Bandung agar dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat.
2. Filosofi Kota Bandung baiknya juga memperhatikan fasilitas penunjang seperti wifi. Karena kerap menjadi keresahan bagi konsumen yang berkeperluan untuk mengerjakan tugas atau WFE (*Work From Everywhere)*.

### 5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi terkait keputusan pembelian di Filosofi Kota Bandung ataupun *coffeeshop* lain untuk para peneliti dan peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti pada bidang yang sama, yaitu pengaruh *self actualizaion* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen pada Filosofi Kopi Kota Bandung.
2. Peneliti selanjutnya, diharapkan memiliki sumber informan atau responden yang lebih terpecaya pada bidang terkait sehingga informasi yang diperoleh akan aktual dan terpercaya.