

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran motif pembelian rasional dan emosional dalam membentuk minat beli mahasiswa terhadap produk Kedai YuwonDong. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Motif pembelian rasional berperan dalam membentuk minat beli mahasiswa, yang tercermin dari pertimbangan terhadap kesesuaian harga, kualitas dan konsistensi produk, variasi menu, pelayanan, serta kemudahan lokasi Kedai YuwonDong.

2. Motif pembelian emosional juga berkontribusi terhadap minat beli mahasiswa, yang ditunjukkan melalui ketertarikan pada tampilan produk, pengalaman emosional saat pembelian, keterikatan sosial, serta pembelian sebagai bentuk ekspresi diri.

3. Motif pembelian rasional dan emosional secara simultan saling melengkapi dalam membentuk minat beli mahasiswa, yang tercermin dari keinginan mencoba menu lain, kecenderungan melakukan pembelian ulang, pemilihan Kedai YuwonDong sebagai pilihan, serta kesediaan merekomendasikan kepada orang lain.

4.2 Saran

Hasil analisis menunjukkan adanya beberapa aspek yang masih memerlukan penguatan agar Kedai YuwonDong, yang dikelola oleh asisten

laboratorium mahasiswa, dapat memberikan nilai yang lebih optimal bagi konsumen.

1. Kedai YuwonDong disarankan menambah variasi menu secara bertahap melalui penerapan menu musiman atau menu terbatas untuk mendorong mahasiswa mencoba pilihan produk yang berbeda.

2. Kedai YuwonDong disarankan meningkatkan konsistensi rasa dan penyajian produk dengan menerapkan standar takaran bahan dan prosedur penyajian yang seragam agar kualitas produk dapat dirasakan secara konsisten oleh mahasiswa.

3. Kedai YuwonDong disarankan untuk memperkuat pengalaman emosional mahasiswa dengan meningkatkan kenyamanan suasana kedai melalui penataan ruang dan kebersihan, serta memperbaiki kualitas interaksi pelayanan melalui pelatihan dasar pelayanan bagi karyawan guna membangun kedekatan emosional konsumen.

4. Kedai YuwonDong disarankan meningkatkan kesesuaian antara promosi dan produk yang diterima dengan menggunakan foto produk aktual dan informasi porsi yang sesuai agar ekspektasi mahasiswa selaras dengan pengalaman pembelian yang diperoleh.