

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis ini menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas bermerek di kota Surabaya. Gaya Hidup berpengaruh signifikan
2. terhadap keputusan pembelian pakaian bekas bermerek di kota Surabaya.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas bermerek di kota Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan berdasarkan prosedur ilmiah, akan tetapi penelitian ini masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada wilayah Surabaya
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan Teknik pengumpulan data yang dilakukan hanya melalui kuesioner sehingga akan menimbulkan jawaban responden yang kurang akurat.

5.3 Saran

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu maupun sekarang, maka peneliti akan memberikan saran yang diharapkan dapat digunakan untuk mempertimbangkan guna membantu *Thriftling* maupun pihak yang terkait. Berikut merupakan beberapa saran yang diberikan dalam penelitian ini:

1. Bagi Pengguna Pakaian Bekas Bermerek (*Thriftling*)

Bagi penelitian ini diharapkan dapat menjadikan *thriftling* sebagai referensi Pakaian bekas bermerek merupakan prioritas utama ketika saya ingin berbelanja karena di dalam kuesioner dengan variabel citra merek tersebut kalangan masyarakat masi belum memprioritaskan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa penjual atau pembeli harus memberikan kualitas produk dan harga yang baik yang mampu membuat masyarakat/ pelanggan melakukan keputusan pembelian.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadikan referensi dan gambaran dalam penelitian dengan tema *Thriftling*.

DAFTAR RUJUKAN

- Fauzia Novianti, K., & Lestari, F. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada e- Commerce Tokopedia.
- Ghilmansyah, R. (2021). Fenomena thrifting sebagai gaya hidup milenial bogor.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (8TH ed.)*.
- Herlina, E. S. (2020). Instrumen Kemampuan Membaca Permulaan (Studi Pengembangan Pada Anak Kelompok B Taman Kanak-kanak di Wilayah Kotamadya Jakarta Timur 2019). *Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan*, 6(2), 183–190.
- Kesuma, M., Fitria, D., & Albab Al Umar, A. U. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pattaya Corner Kota Salatiga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 13. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i1.845>
- Khafidin. (2020). Konsep perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Fakultas Sains Dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, 1–15.
- Kotler Philip & Keller Kevin Lane. (2014). *Marketing Management*. In Marketing Management.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15e édition. In New Jersey: Pearson Education.
- Lubis, A. T., Irawati, N., & Sembiring, K. B. F. (2020). The Impact of Life Style and Social Media on Purchasing Decisions in B-One Cafe , Medan. *International Journal of Research and Review*, 7(2).
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of easiness, service quality, price, trust of quality of information, and brand image of consumer purchase decision on shopee online purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100–110.
- Mucholil, I Gede Oka R, Iman Iswari, Fahmi RS, Indra BP, & Linggar MS. (2021). Pengembangan Pemasaran Desa Batik Jetis Di Era Digital. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 1(1), 60–68. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v1i1.135>
- Novianti, K. F., & Lestari, F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada e- Commerce Tokopedia. *Banking & Management Review*, 10(1), 1369–1385.
- Padmadikara, A., Ariyanti, M., & Tantra, T. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Social Media Marketing, Dan Lifestyle Terhadap Purchase Decisions Di Dejima Kohii. *EProceedings of Management*, 8(6).
- Reinaldo, I., & Chandra, S. (2020). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decision at CV Sarana Berkat Pekanbaru. *Journal of Applied Business and Technology*, 1(2). <https://doi.org/10.35145/jabt.v1i2.40>

- Suwandi, E., Imansyah, F. H., & Dasril, H. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert pada Layanan Speedy yang Bermigrasi ke Indihome. *Jurnal Teknik Elektro*, 11.
- Tjiptono, F., & Sumarwan, U. (2019). Strategi pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, 103.
- Ulfah, M., Khairunnisa, H., & Mahendra, R. (2022). Pengaruh Marketplace (Tokopedia) Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Di Era Digital Mahasiswa Ekonomi SyariahIain. *Jurnal*

