

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan oleh peneliti secara deskriptif maupun statistic, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu :

1. Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Desain Produk, *Lifestyle*, dan Citra Merek secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk baju Erigo di Mahasiswa Surabaya. Adapun besarnya pengaruh variabel-variabel tersebut secara simultan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 67,3 persen.
2. Hasil pengujian hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Lifestyle* dan Citra Merek mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk baju Erigo di Mahasiswa Surabaya. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel Desain Produk secara parsial mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian produk baju Erigo di Mahasiswa Surabaya. Hal ini berarti, semakin bagus Citra Merek produk baju Erigo akan semakin besar pula. Berbeda dengan Desain Produk, Desain Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk baju Erigo.

3. Variabel yang paling berpengaruh diantara variabel Desain Produk, *Lifestyle*, dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian adalah *Lifestyle*. *Lifestyle* adalah sebuah gaya hidup yang sangat menentukan suatu orang yang dapat mempengaruhi selera mereka tersebut.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Sulit untuk menjangkau langsung responden lagi karena terhambat oleh penyebaran angket secara *online* melalui *Google Form*.
2. Sampel penelitian menggunakan purposive (tidak acak) sehingga tidak bisa di generalisir.
3. Harus memberi pemahaman untuk membaca dan memahami terlebih dahulu tentang item pertanyaan yang diajukan namun masih ada beberapa yang tidak sungguh-sungguh dalam mengisi.

## 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

## 1. Bagi Perusahaan

### a) *Lifestyle*

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel *Lifestyle* adalah variabel yang berpengaruh di dalam penelitian ini, sehingga sebaiknya perusahaan selalu memantau trend masyarakat sekarang dan memantau pasar juga. Hal yang dapat dilakukan perusahaan adalah dapat melakukan *Pricing* terhadap berbagai segmen kalangan masyarakat dari kalangan atas sampai bawah agar nantinya perusahaan dapat menjual *brand* ini ke semua lapisan masyarakat sesuai dengan kebutuhan mereka masing-masing

### b) Citra Merek

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel Citra Merek adalah variabel yang berpengaruh di dalam penelitian kali ini, sehingga sebaiknya perusahaan tetap menjaga nama baik brand mereka agar konsumen selalu tertarik dan mengingat *brand* perusahaan tersebut. Contohnya, dengan cara selalu melakukan pergerakan yang baru seperti cara mereka selalu mengenalkan produk mereka ke masyarakat dan selalu menjaga nama harus dari brand tersebut.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Saran bagi eneliti selanjutnya dapat dengan mengembangkan variabel yang telah saya lakukan dengan cara menambahkan variabel –variabel yang belum peneliti bahas pada penelitian ini. Variabel-variabel yang dapat ditambahkan seperti kualitas produk, harga, kualitas layanan dll.

## DAFTAR RUJUKAN

- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Arista, D., & Astuti, S. R. T. (2011). Analisis pengaruh iklan, kepercayaan merek, dan citra merek terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ilmiah Aset*, 13(1), 37-45.
- Arjuna, H., & Ilmi, S. (2020). Effect of Brand Image, Price, and Quality of Product on The Smartphone Purchase Decision. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 294-305.
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105-126.
- Japariato, E., & Sugiharto, S. (2012). Pengaruh shopping life style dan fashion involvement terhadap impulse buying behavior masyarakat high income surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1), 32-41.
- Murdapa, P. (2020). The Effect of Price, Product Design, Product Quality and Brand Image on Purchase Decisions.
- Nauli, C. C., Hendry, H., Kevin, K., Siahaan, B. J., & Hutapea, R. (2020). The Influence of Price, Lifestyle and Quality of Service on Purchase Decisions at PT. Astra International, Tbk Gatot Subroto Medan Auto 2000 Branch. *Jurnal Mantik*, 4(2), 1439-1445.
- Nguyen, N. L., Tran, T. T., & Vo, M. P. (2020). The Effect of Lifestyle, Brand Image and Personalities on Smartphone Purchase Decision of Consumers in Hochiminh City. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(3).
- Pangestu, S. D., & Suryoko, S. (2016). Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Peacockoffie Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 519-530.

- Yulindo, K. P. (2013). Pengaruh atribut-atribut produk terhadap keputusan pembelian green product cosmetics Sariayu Martha Tilaar di kota Padang. *Jurnal Manajemen*, 2(01).
- Yuliarty, P., Permana, T., & Pratama, A. (2008). Pengembangan Desain Produk Papan Tulis Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Ilmiah PASTI*, 6, 1-1
- Firdausi, A. N., & Khasanah, I. (2017). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen teh dalam kemasan merek Teh Botol Sosro di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 70-80.
- Sudarmiani, C. Y. P. (2018). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Turnover Intention Pada CV Surya Nedika Isabella. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 6(2), 176-186.
- Al Hawasyi, M. M. H., Sunaryo, H., & ABS, M. K. (2019). Pengaruh Employee Engagement Dan Quality Of Work Life Terhadap Kinerja Karyawan (Pada Karyawan Bagian Produksi PR. Trubus Alami Sidorejo Kab Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(09).