

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan Pembelian Produk Pakaian di Rumah Pernik Kota Gorontalo. hal ini terlihat dari Tabel 4.15 nilai t-hitung $2,507 > t\text{-tabel } 1,98580$ dan nilai signifikansi $0,014 < 0,05$. Dimana variabel gaya hidup (X1) merupakan variable yang terendah dominalnya karena dalam hasil penelitian ini bahwa gaya hidup itu berhubungan dengan selera, setiap konsumen selernya berbeda-beda dan pasti akan berubah seiring dengan perkembangan zaman atau juga dipengaruhi oleh factor lingkungan maka dari itu rumah Pernik kota gorontalo harus selalu memberikan daya tarik untuk konsumen sehingga semakin banyak kebutuhan atau keinginan konsumen untuk menampilkan gaya hidup mereka dalam berbelanja di Rumah Pernik Gorontalo,
2. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa Sikap Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian Produk Pakaian di Rumah Pernik Kota Gorontalo. hal ini terlihat dari Tabel 4.15 nilai t-hitung $2,909 > t\text{-tabel } 1,98580$ dan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$. Dimana variabel sikap konsumen (X2) merupakan variable yang paling tinggi dominalnya karena dalam hasil penelitian ini bahwa semakin banyak konsumen yang merasa suka dengan produk yang dijual serta merasa puas pada produk pakaian yang dijual oleh rumah Pernik kota Gorontalo maka

akan semakin meningkat keputusan pembelian produk pakaian yang pada akhirnya konsumen akan mengunjungi kembali untuk membeli produk pakaian dirumah Pernik Gorontalo.

3. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian Produk Pakaian di Rumah Pernik Kota Gorontalo. hasil Uji_F Sebesar 30.901 dengan nilai *probability* sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian statistic deskriptif maka dalam kesempatan ini peneliti memberikan saran sebagai masukan agar dapat meningkatkan keputusan pembelian produk pakaian di rumah Pernik kota Gorontalo. Adapun saran dari peneliti dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian di rumah pernik kota gorontalo antara lain sebagai berikut:

1. Untuk menambah rasa kepercayaan diri dalam berpenampilan diluar sehari-hari di rekomendasikan kepada konsumen atau masyarakat kota Gorontalo untuk mengunjungi toko rumah Pernik kota Gorontalo dikarenakan mereka telah menyediakan berbagai kebutuhan dan keinginan setiap konsumen.
2. Di rekomendasikan kepada rumah pernik kota gorontalo agar terus menghasilkan produk-produk pakaian yang sesuai dengan selera para konsumen dan harus memperhatikan seiring perkembangan yang ada di lingkungan masyarakat agar lebih mengetahui produk pakaian apa saja yang disukai oleh para konsumen sehingga dapat meningkatkan nilai keputusan pembelian produk pakaian dan konsumen tidak akan beralih pada toko lain.

3. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis, agar kiranya dapat menggalih lebih dalam lagi dan menambah variabel lain dalam penelitian selanjutnya mengenai indicator dan factor-faktor yang dapat meningkatkan keputusan pembelian produk pakaian seperti promosi, harga, kualitas produk untuk memperkuat kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Assauri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 17. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6712>
- Andriani, A. D., & Menuk Sri, C. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import Di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 2746–8607.
- Calistya, N., & Nurtjahjani, F. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Chatime Cabang Suhat Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 1–4.
- Chairunisa, D. (2018). Landasan teori gaya hidup. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9), 1689–1699. [http://repo.darmajaya.ac.id/515/3/BAB II.pdf](http://repo.darmajaya.ac.id/515/3/BAB%20II.pdf)
- Di, P., Ria, B., & Malang, M. (2019). *Pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian di butik ria miranda malang*. 2016, 57–60.
- Elzatta, D. I., & Malang, K. (2018). keputusan pembelian produk moslem fashion.
- Estu Mahanani. (2018). Pengaruh citra merek, Kualitas produk, Harga dan Gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Mataharimall.Com. *Ikraith-Humaniora*, 2.
- Fauzi, F., & Asri, R. (2020). pengaruh etnosentrisme, citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian batik (Studi pada Konsumen di wilayah Jakarta Barat). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 236–253. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.2.86>
- Fitriani, Desi Ramayani, Citra Areva, D. (2014). Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik POND'S pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1–9.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi-Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Undip.

- Gultom, Angga Wibowo. 2017. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Batu Akik Di Kota Baturaja". *Jurnal Manajemen*. Vol. 5 (2) ISSN 2089-6832: Hal. 1-15.
- Juanna, A., Isa, Rusli., Fakultas, J. M., Universitas, E., & Gorontalo, N. (2021). Pemberdayaan Masyarakat dan Kerjasama Masyarakat Swasta Mengatasi Masalah Stunting di Desa Lomuli-Kabupaten Pohnpei. *Jurnal Sibermas E-ISSN 2746-8917 P-ISSN 2302-4798*.
- Kartika, R. P., Aryati, I., & Widayanti, R. (2019). Pengaruh Brand Image , Gaya Hidup, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Café Tiga Tjeret Di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01), 14–22. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i01.406>
- Khafid, M., Semarang, U. N., Pujiati, A., & Semarang, U. N. (2016). Sikap Konsumen Dan Gaya Hidup Mahasiswa Dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Minat Beli. *Journal of Economic Education*, 5(2), 110–121.
- Laoli, EPF., dkk. 2019. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk GTMAN Di PT. Jasa Ricky Abadi". *Jurnal Ilmiah Socio Secretum*. Vol. 9 (1) ISSN : 2252-9179: Hal. 168-182.
- Mongisidi, S. J., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (n.d.). pengaruh lifestyle dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu nike (studi kasus manado town square)
- Minarti, M. S. (2020). Pengaruh gaya hidup, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, Vol. 4(3), 210–217. [http://repository.upbatam.ac.id/217/1/cover s.d bab III.pdf](http://repository.upbatam.ac.id/217/1/cover%20s.d%20bab%20III.pdf)
- Mukuan, D. D. S. (2020). *Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Manado Town Square*. 1(3), 256–260.
- Neneng, L. A., & Rachmi, A. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Loka Supermarket Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 74–79.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : CV Alfabeta
- Rahmadika, N. A., & Kritianingsih, T. (2018). Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Jeans Levi's. *Aplikasi Bisnis*, 4(2), 301–305. <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/226>

- Rahmat, A. (2017). Pengaruh Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 350. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i3.256>
- Rio, K. (2019). pengaruh kelompok referensi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian starbucks coffee (*Survei Terhadap Konsumen Starbucks Coffee Jalan Braga No.2 Kota Bandung*). 27–83.
- Shiratina, Aldina dan Afiatun, Pipit. 2017. “Pengaruh Presepsi Konsumen Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kain Rajut (Studi Kasus Pada CV. Sinar Agung)”. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*. Vol. 7 (1) ISSN : 2338-292X, P-ISSN : 2086-0455: Hal. 90108.
- Saptutyningsih dan Setyaningrum. (2019). Metode Penelitian. 1–9.
- Savira, F., & Suharsono, Y. (2013). Y. Suharsono. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01), 1689–1699.
- Sianturi, D. (2021). universitas sumatera utara Poliklinik. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 1(3), 82–91.
- Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi 2. Bogor : Graha
- Setiadi, Juli Nugroho. 2015. Perilaku Konsumen: edisi revisi. Jakarta: Kencana.
- Sumarwan, U. (2015). Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (2nd ed.; R. Sikumbang, ed.). Bogor.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Sangadji dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Andi, Yogyakarta.
- Sakdiyah, M., Frianto, A., Sugi, L., & Ningsih, R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Onlineshop Pusathijabsyaree Surabaya). 3, 226–244.
- Solihin, W. A., Tewal, B., Wenas, R., Sikap, P., Dan, K., Hidup, G., Keputusan, T., Pada, S., Unsrat, M., Manado, D. I., & Wenas, R. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Pada Mahasiswa Unsrat Di Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 511–520. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.27819>
- Yonathan, K., Miauw, H., Manajemen, F., & Ciputra, U. (2016). motivasi konsumen dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian.