

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel gaya hidup yang meliputi indikator aktivitas, ketertarikan dan pendapat tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel citra merek yang meliputi indikator identitas, personalitas, asosiasi merek, sikap dan perilaku merek, manfaat dan keunggulan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel promosi yang meliputi indikator periklanan, promosi penjualan, hubungan baik konsumen, penjualan langsung dan penjualan perseorangan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel minat beli yang meliputi indikator minat transaksional, minat referensial, minat eksploratif, dan minat preferensial berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.
5. Berdasarkan hasil uji disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari gaya hidup, citra merek, promosi dan minat beli (berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian pada Eldorado Semarang Cell di Kota Metro.

B. Saran

Berdasarkan simpulan dapat disarankan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel gaya hidup dan citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka dari itu variabel gaya hidup meliputi indikator aktivitas, ketertarikan dan pendapat dan variabel citra merek yang meliputi indikator identitas, personalitas,

asosiasi merek, sikap dan perilaku merek, manfaat dan keunggulan harus lebih ditingkatkan lagi bagi perusahaan agar nantinya dapat memberikan prestasi yang lebih berkualitas dan memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

2. Diketahui pada variabel promosi dan minat beli yang meliputi indikator periklanan, promosi penjualan, hubungan baik konsumen, penjualan langsung dan penjualan perseorangan dan minat beli yang meliputi indikator minat transaksional, minat referensial, minat eksploratif, dan minat preferensial yang baik dengan konsumen merupakan variabel yang berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu disarankan kepada pihak Eldorado Semarang Cell untuk mempertahankan dan bahkan meningkatkan lagi kualitas penjualan guna memenuhi standar kebutuhan konsumen.
3. Hasil penelitian diketahui bahwa variabel promosi merupakan variabel yang paling dominan dalam keputusan pembelian. Oleh karena itu disarankan kepada pihak Eldorado Semarang Cell untuk mempertahankan dan meningkatkan lagi promosi dalam keputusan pembelian.
4. Pada variabel yang gaya hidup dan citra merek walaupun dalam penelitian ini pengaruhnya kurang dominan dalam keputusan pembelian namun harus lebih ditingkatkan juga agar nantinya dapat memberikan produk yang lebih berkualitas bagi konsumen.
5. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain gaya hidup, citra merek, promosi dan minat beli yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian, agar melengkapi penelitian ini karena masih ada beberapa variabel independen lain diluar penelitian ini yang mungkin saja berpengaruh pada variabel dependen yang tidak bisa disebutkan satu persatu.