

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Hasil uji-t menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan signifikansi t sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$, yang menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Besarnya pengaruh variabel Gaya Hidup (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah 0,381.
2. Hasil uji-t menunjukkan bahwa variabel Kelompok Referensi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan signifikansi t sebesar $0,008 < \alpha = 0,05$, yang menunjukkan bahwa variabel Kelompok Referensi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Besarnya pengaruh variabel Kelompok Referensi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah 0,268.

B. Saran

Terlepas dari keterbatasan yang dimiliki, hasil penelitian ini diharapkan mempunyai implikasi yang luas untuk penelitian selanjutnya dengan topik serupa.

Adapun saran dari hasil penelitian ini untuk peneliti selanjutnya yaitu :

1. Meskipun hasil penelitian kelompok rujukan dapat mempengaruhi keputusan pembelian Kosmetik Wardah, namun akan lebih baik apabila ditingkatkan kualitas produk, promosi dan pemberian harga yang tidak tinggi agar produk tetap bisa dinikmati semua kalangan.

2. Sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan bagian promosi seperti memasang iklan pada majalah, Koran, penyebaran brosur yang lebih luas, memasang reklame dipinggir jalan, maupun menyampaikan iklan di TV dan radio agar merek Kosmetik Wardah mudah dikenal dan diingat oleh masyarakat luas.
3. Peneliti selanjutnya sebaiknya bisa memperluas objek penelitian serta tidak hanya masalah kelompok rujukan dan keputusan pembelian, tetapi juga menyangkut faktor-faktor lain.
4. Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, dalam hal ini adalah konsumen kosmetik wardah dan bagi perusahaan Kosmetik Wardah.