BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan inti dari penelitian ini dan menjelaskan kembali bab yang sudah ditulis secara ringkas agar pembaca mengetahui ringkasan, batasan, kesimpulan dan saran yang semoga berguna dan bermanfaat bagi pembaca.

5.1 Simpulan

Setelah melalui apa yang telah dilakukan dalam penelitian ini, kita bisa menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh gaya hidup terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam membeli celana jeans.

Hasil penelitian ini dibantu dengan penyebaran kuesioner yang disebarkan kepada responden di Jakarta Selatan yang bersedia membantu mengisi kuesioner sebagai data yang akan diteliti. Lalu data tersebut diolah melalui proses program pengolah data yaitu SPSS yaitu program komputer yang mengolah data dengan perhitungan statistik. Namun sebelumnya adalah rumusan masalah dan hipotesis yang ditulis adalah “apakah gaya hidup mempunyai hubungan dan pengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam membeli celana jeans?”. Dan hasilnya setelah melalui proses yang telah diteliti adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli celana jeans di The Goods Dept. (Ho ditolak dan Ha Diterima).

2. Terdapat hubungan yang siginifikan antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli celana jeans di The Goods Dept. (Ho ditolak dan Ha diterima).

Dan hasil ini mempunyai hubungan yang positif antara gaya hidup terhadap pengambilan keputusan konsumen sehingga dalam membeli celana jeans, seorang konsumen menjadikan gaya hidup sebagai pertimbangan dan pikiran mereka dalam membuat keputusan membeli celana jeans.

5.2 Saran

Dalam sub-bab ini menjelaskan apa yang perlu kita perhatikan sebagai konsumen dalam membeli celana jeans. Hal yang perlu kita perhatikan adalah sebagai berikut:

1. Dalam penulisan karya ilmiah khususnya ingin membahas tentang gaya hidup, mahasiswa sebaiknya dapat meneliti *department store* lainnya untuk membandingkan dengan penelitian karya ilmiah ini.
2. Mahasiswa dapat menggunakan variabel selain gaya hidup untuk mengetahui apakah faktor lainnya yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam membeli celana jeans.
3. Perusahaan bisa belajar dari kekurangan – kekurangan yang mungkin ada dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh gaya hidup terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam membeli celana jeans tergolong rendah (17,3%). Hal ini harus bisa menyadarkan bahwa perusahaan dapat berusaha lebih baik sehingga menjadi pembelajaran untuk membuat *strategy marketing* (seperti contoh dengan meningkatkan promosi terhadap celana jeans khususnya).