

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, setelah melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, analisis data, dan pembahasan hasil analisis mengenai pengaruh gaya hidup dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian produk pakaian di media sosial instagram pada mahasiswa mahasiswa manajemen universitas buana perjuangan karawang angkatan 2018. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian dengan analisis deskriptif rekapitulasi variabel gaya hidup dengan total skor sebesar 5.429 dengan rata-rata mean 362 terdapat dikategori “setuju”. Maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa manajemen universitas buana perjuangan karawang angkatan 2018 berpendapat setuju dengan gaya hidup dalam pembelian pakaian pada online shop di media sosial instagram.
2. Hasil penelitian dengan analisis deskriptif variabel persepsi risiko dengan total skor sebesar 5.592 dengan rata-rata mean 373 terdapat dikategori “setuju”. Maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa manajemen universitas buana perjuangan karawang Angkatan 2018 berpendapat setuju dengan persepsi risiko pembelian pakaian pada online shop di media sosial Instagram.
3. Hasil penelitian dengan analisis deskriptif variabel keputusan pembelian dengan total skor sebesar 5.848 dengan rata-rata mean 390 terdapat dikategori “setuju”. Maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa manajemen universitas buana perjuangan karawang angkatan 2018 berpendapat setuju dengan keputusan pembelian produk pakaian pada online shop di media sosial Instagram
4. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian didapatkan nilai sig  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $7,633 > t$  tabel 1,985. Artinya gaya hidup berpengaruh parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pakaian di media sosial

instagram pada mahasiswa mahasiswa manajemen universitas buana perjuangan karawang angkatan 2018.

5. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh variabel persepsi risiko terhadap keputusan pembelian didapatkan nilai sig  $0,017 < 0,05$  nilai t hitung  $2,426 > t$  tabel  $1,985$ . Artinya persepsi risiko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pakaian di media sosial instagram pada mahasiswa mahasiswa manajemen universitas buana perjuangan karawang angkatan 2018.
6. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh variabel gaya hidup dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian didapatkan nilai F hitung  $83,234 >$  nilai F tabel  $3,09$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara gaya hidup dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian produk pakaian di media sosial instagram pada mahasiswa mahasiswa manajemen universitas buana perjuangan karawang angkatan 2018.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

### 5.2.1 Saran untuk Online Shop di Instagram

1. Berdasarkan indikator dengan skor terendah pada variabel gaya hidup yaitu indikator tertarik. Maka sebaiknya para online shop di instagram jika ingin memasang foto produk mengutamakan penggunaan model dibuat lebih menarik dengan *background* yang *aesthetic*, agar lebih menarik perhatian konsumen.
2. Berdasarkan indikator dengan skor terendah pada variabel persepsi risiko yaitu indikator harga produk. Maka sebaiknya para online shop di instagram memasang harga pada postingan produk dan testimoni dari pembeli sebelumnya, agar konsumen merasa yakin dan percaya akan kualitas produk yang akan mereka beli.

3. Berdasarkan indikator dengan skor terendah pada variabel keputusan pembelian yaitu indikator membeli produk dalam jumlah banyak. Maka sebaiknya para online shop di instagram lebih banyak memberikan produk yang berkualitas sehingga para konsumen tidak ragu jika ingin membeli produk.
4. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka untuk meningkatkan keputusan pembelian produk pakaian di media sosial instagram sebaiknya mengetahui perilaku konsumen saat ini, salah satunya dengan mengamati gaya hidup konsumen.
5. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka sebaiknya para online shop di instagram untuk lebih memperhatikan persepsi terhadap keputusan pembelian di instagram. Persepsi risiko yang tinggi dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat menurunkan kualitas produk yang ada di instagram.
6. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa gaya hidup dan persepsi risiko terdapat pengaruh simultan antara gaya hidup dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian. Maka sebaiknya untuk para online shop di instagram lebih memperhatikan perilaku konsumen saat ini, dengan mengetahui perilaku konsumen dapat memperluas pangsa pasar dan risiko pada online shop di instagram untuk memberikan kode disetiap produk yang ada dalam menjamin bahwa produk tersebut berkualitas baik.

### **5.2.2 Saran untuk peneliti selanjutnya**

1. Diharapkan hasil penelitian ini dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis, dan diharapkan penelitian yang selanjutnya dapat mengembangkan variabel gaya hidup, variabel persepsi risiko dan variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian .