

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan dapat melihat pengaruh *lifestyle*, *celebrity endorser*, serta *electronic word of mouth* terhadap minat beli pada *mybags_jimshoney* Jepara. Pada penelitian ini jumlah respondennya sebesar 100 responden yang pernah melakukan pembelian di *mybags_jimshoney*. Dari hasil penelitian di Jepara, diperoleh beberapa kesimpulan diantaranya adalah :

- a. *Lifestyle* mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli pada *mybags_jimshoney* Jepara. Dari hasil output olah data SPSS 25 telah dibuktikan asumsi-asumsi t menunjukkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ ialah $3,853 > 1,660$ dengan nilai signifikansinya $0,00 < 0,05$. Maksudnya H1 diterima, disimpulkan bahwa *lifestyle* menjadi indikator terpenting pada usaha meningkatkan minat beli pada produk *mybags_jimshoney* Jepara. Hal ini dikarenakan perkembangan zaman yang selalu berkembang hingga dapat menyebabkan adanya perubahan hidup dimasyarakat. Maka, penelitian ini membuktikan bahwa *lifestyle* mampu mendorong konsumen melakukan pembelian. Semakin tinggi *lifestyle* yang pelanggan punyai, maka makin besar pula dapat meningkatkan minat beli dalam produk *mybags_jimshoney* Jepara.
- b. *Celebrity endorser* mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada minat beli di *mybags_jimshoney* Jepara. Berdasarkan hasil output olah data SPSS 25 telah dibuktikan asumsi-asumsi t menunjukkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu , $2,284 > 1,660$ pada nilai signifikansi $0,025 < 0,05$. Artinya H1 diterima, disimpulkan bahwa *celebrity endorser* mampu mendorong konsumen melakukan minat pembelian. Bahwa, selebriti yang mewakili produk yakni individu yang mempunyai skill supaya publik memperhatikannya. Disini membuktikan jika makin bagus kualitasnya dan popularitas *celebrity endorser* yang dipakai, berarti makin tinggi pula dapat mempengaruhi peningkatan minat beli pada produk *mybags_jimshoney* Jepara.
- c. *Electronic word of mouth* mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada minat beli di *mybags_jimshoney* Jepara. Berdasarkan hasil output olah data SPSS 25 telah dibuktikan asumsi-asumsi t menunjukkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu, $2,933 > 1,660$ dengan nilai signifikansinya $0,004 < 0,05$. Artinya H1 diterima bisa ditarik kesimpulannya jika *electronic word of mouth* pada medsos menyediakan banyak informasi pada sebuah produk. Hal ini

menjadi pengaruh positif bagi konsumen untuk membeli dan memakai produk mybags_jimshoney. Semakin baik dan banyak *electronic word of mouth* yang dilaksanakan, berarti makin besar juga dapat meningkatkan minat beli pada produk mybags_jimshoney Jepara.

B. Saran

Dari kesimpulan dalam penelitian ini, jadi diajukan beberapa saran yang diberi pada peneliti selanjutnya, diantaranya:

1. Untuk pihak mybags_jimshoney Jepara diharapkan dapat meningkatkan dan memperhatikan *lifestyle* masyarakat yang sedang diminati dengan mengikuti terus perkembangan pada dunia *fashion*. Begitu juga ketika memilih selebriti sebagai endorsement dan lebih meningkatkan *electronic word of mouth*. Karena ketiga variabel tersebut mempunyai hubungan secara signifikan pada minat beli pelanggan.
2. Untuk peneliti selanjutnya bisa memakai berbagai variabel yang lainnya yang bisa berpengaruh pada minat beli produk mybags_jimshoney dan harapannya hasil riset ini bisa digunakan sebagai referensi riset sejenis lainnya.

C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari masih ada beberapa keterbatasan yakni meliputi :

1. Penelitian ini memakai variabel yang terbatas, yakni focus pada variabel *lifestyle*, *celebrity endorser* dan *electronic word of mouth*.
2. Penelitian ini hanyalah fokus dalam minat beli konsumen pada produk mybags_jimshoney Jepara.
3. Jumlah responden dalam penelitian ini masih relatif kecil agar dapat berkontribusi kemampuan generalisasi dari hasil penelitian. Hal ini diperlukan kepada peneliti selanjutnya agar memperbesar jumlah responden untuk mendukung hasil penelitian dimasa mendatang.