

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Didasarkan atas dari hasil analisis data yang dijalankan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka bisa diambil simpulan, yakni sebagai berikut:

1. Gaya hidup hedonis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Erigo dari kalangan mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus angkatan 2019-2020 atau hipotesis 1 diterima. Hal ini ditunjukkan pada nilai t_{hitung} bernilai sejumlah 2,568 dimana lebih besar dari t_{tabel} untuk 86 responden yakni 1,988 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan nilai Signifikansi sejumlah $0,012 < 0,05$.
2. Citra Merek berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Erigo dari kalangan mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus Angkatan 2019 – 2020 atau hipotesis 2 diterima. Hal ini ditunjukkan pada nilai t_{hitung} bernilai sejumlah 10,132 dimana lebih besar dari t_{tabel} untuk 86 responden yakni 1,988 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan nilai Signifikansi sejumlah $0,000 < 0,05$.
3. Variabel Gaya Hidup Hedonis (X1) dan Citra Merek (X2), berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk Erigo. Hal tersebut dijelaskan dengan nilai f_{hitung} bernilai sejumlah 74,280 $> f_{tabel}$ bernilai sejumlah 3,11 dengan nilai signifikan sejumlah $0,000 < 0,05$. Pengaruh variabel terikat terhadap variabel bebas yakni sejumlah 64,2% yang dimana bahwasanya Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat bisa dijelaskan oleh variabel bebas yakni Gaya Hidup Hedonis dan Citra Merek. Oleh sebab itu untuk meningkatkan Keputusan pembelian maka dapat diperlukan gaya hidup hedonis dan citra merek.

B. Keterbatasan Penelitian

Meskipun telah diupayakan semaksimal mungkin, namun ternyata penelitian ini masih banyak keterbatasan penelitian yakni :

1. Responden dipenelitian ini mahasiswa atau mahasiswi pada prodi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus angkatan 2019 – 2020 saja.
2. Penelitian yang dijalankan oleh peneliti hanya menerapkan 86 responden yang tarafnya bisa dibilang relatif kecil.
3. Variabel yang menjadi fokus dipenelitian ini terbatas, sehingga peneliti hanya dapat memusatkan pada variabel tersebut.
4. Terbatasnya waktu, tenaga, dan biaya menjadikan penelitian ini berjalan kurang optimal.

C. Saran

1. Bagi Perusahaan

Untuk perusahaan Erigo, diharap bisa meningkatkan pengelolaan kembali citra merek pada produknya, baik itu melalui pengembangan media inovasi produk, kualitas produk yang dimiliki, harga, promosi, dan kualitas pelayanan konsumen.

2. Bagi Peneliti di Masa Mendatang

Untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan topik yang sama disarankan untuk menambah variabel bebas lainnya yang mempunyai kaitan dengan keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan guna mengetahui variabel-variabel lain yang memengaruhi variabel keputusan pembelian selain gaya hidup hedonis dan citra merek.

D. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberi taufik dan hidayah-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan penelitian skripsi ini tanpa suatu halangan. Hal tersebut juga tidak bisa lepas dari doa orang tua serta dukungan semua pihak. Dalam penyusunan penelitian skripsi ini disesuaikan dengan langkah langkah atau prosedur ilmiah dan bimbingan dari bapak dosen. Peneliti mengakui bahwa meskipun segala upaya telah dilakukan untuk memastikan keakuratan, kesalahan dan ketidakakuratan mungkin saja terjadi dalam materi ini. Oleh karena itu, demi mencapai kesempurnaan, penulis menantikan masukan dan kritik dari berbagai sumber untuk perbaikan selanjutnya. Terakhir, peneliti berharap penelitian penelitian ini mampu memberi manfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya dengan memberi kontribusi bagi ilmu pengetahuan. *Aamin.*