

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian tentang Hubungan antara gaya hidup dan kualitas produk dengan keputusan pembelian produk merek bata pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, maka peneliti dapat mengambil keputusan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara gaya hidup dengan keputusan pembelian. Dengan demikian semakin tinggi gaya hidup mahasiswa maka semakin tinggi pula keputusan pembelian akan suatu produk.
2. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Dengan demikian semakin tinggi kualitas dari suatu produk maka semakin tinggi pula keputusan pembelian akan produk tersebut.
3. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara gaya hidup dan kualitas produk dengan keputusan pembelian produk merek bata pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Bentuk hubungan memiliki persamaan regresi ganda $\hat{Y} = -0,181 + 0,481X_1 + 0,522X_2$. Dengan demikian semakin tinggi tingkat gaya hidup dan kualitas produk maka semakin tinggi pula

keputusan pembelian dari suatu produk.

B. Implikasi

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, gaya hidup dan kualitas produk berkontribusi positif terhadap keputusan pembelian produk merek bata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.
2. Menurut fakta yang didapat, dimensi kepribadian mempunyai peran besar dalam penentuan keputusan pembelian mahasiswa atas produk merek bata dengan presentase sebesar 47% dan kelompok referensi merupakan presentase terkecil dalam perhitungan skor gaya hidup yaitu sebesar 25%. Hal itu sangat wajar diterima dikarenakan kepribadian atau faktor internal dalam seseorang merupakan pertimbangan pertama kali yang dilakukan oleh konsumen dalam menentukan keputusan pembelian suatu barang. Setelah itu barulah kelompok referensi atau faktor eksternal yang menjadi pertimbangannya dalam melakukan pembelian suatu barang.
3. Selanjutnya menurut fakta yang didapat, estetika merupakan indikator pertama yang dilihat oleh konsumen dalam melakukan pembelian suatu barang. Presentase sebesar 31% dalam penelitian ini semakin menguatkan bahwa yang dilihat konsumen pertama kali dalam mempertimbangkan keputusan pembelian pada suatu produk adalah estetika atau desain dan variasi warna produk

tersebut. Sedangkan fitur produk merupakan indikator terkecil dalam perhitungan skor kualitas produk yaitu sebesar 12%.

C. Saran

Bedasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam meningkatkan keputusan pembelian adalah:

1. Faktor gaya hidup yang terendah di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta adalah kelompok referensi, dimana kelompok referensi itu masuk dalam kategori faktor eksternal yang bersifat dari luar atau lingkungan sekitar. Hal tersebut dapat diubah dengan cara perusahaan bata harus melakukan peningkatan pemasaran langsung ke lapangan dengan menjabarkan keunggulan-keunggulan dari produk bata agar mahasiswa tersebut mempunyai pandangan yang bagus akan produk bata.
2. Melihat minimnya presentase indikator fitur produk dari produk merek bata dipandangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta maka perlu adanya peningkatan dan pembaharuan produk-produk merek bata agar dapat bersaing dengan produk lain dan mempunyai banyak pilihan bagi konsumen dalam membeli produk-produk merek bata tersebut.