

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Pada variabel gaya hidup, indikator yang paling dominan menentukan keputusan pembelian atau yang tertinggi pengaruhnya adalah indikator aktivitas dan ketertarikan yaitu sebesar 33,53%, kemudian indikator opini sebesar 32,94%

Berdasarkan kajian pustaka dan deskripsi hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan, bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara gaya hidup dengan keputusan pembelian *Smartphone Blackberry* pada Mahasiswa Program Study S1 Manajemen, Fakultas ekonomi UNJ. Tingkat gaya hidup tinggi akan mempengaruhi keputusan pembelian, sebaliknya Tingkat gaya hidup rendah akan mengakibatkan rendahnya keputusan konsumen untuk membeli.

Keputusan pembelian *Smartphone Blackberry* ditentukan oleh gaya hidup sebesar 55.39% dan sisanya sebesar 44,61 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti harga, Pelayanan purna jual , Iklan, inovasi dan kualitas produk.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara gaya hidup dengan keputusan pembelian *Smartphone Blackberry* pada Mahasiswa Program Study S1 Manajemen, Fakultas ekonomi UNJ. Hal ini membuktikan bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian konsumen.

Implikasi dari penelitian ini adalah perusahaan *Rim (Research in Motion)* harus dapat membuat produk yang sesuai dengan gaya hidup konsumennya agar konsumen lebih tertarik pada produk tersebut hingga ketika konsumen dihadapkan pada situasi pembelian, timbul sebuah keputusan pembelian.

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa gaya hidup sangat terindikasi melalui aktivitas dan ketertarikan. Dalam hal ini Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen 2011 Universitas Negeri Jakarta memiliki Aktivitas dan ketertarikan yang tinggi mengenai *Smartphone Blackberry*, sehingga dapat meningkatkan kekuatan dari gaya hidup itu sendiri dan memutuskan untuk membeli produknya.

### C. Saran

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

1. Perlu adanya peningkatan pemanfaatan gaya hidup konsumen dalam hal memperkuat opini atau pendapat mahasiswa dalam membeli *Smartphone Blackberry*.
2. Perlu juga memperhatikan hal-hal lain selain gaya hidup agar mahasiswa tetap memutuskan membeli *Smartphone Blackberry*. Hal ini karena bukan hanya gaya hidup saja yang diperhatikan oleh para konsumen maupun calon konsumen, namun masih banyak hal lain yang perlu diperhatikan oleh mereka dalam mengambil keputusan untuk membeli *Smartphone Blackberry*.