

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis yang dilakukan peneliti, penelitian ini masih banyak kekurangannya, hal ini perlu diperhatikan untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Kesimpulan dari penelitian ini antara lain.

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa di STIEKEN Blitar. Temuan ini didukung oleh nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan dalam memahami perilaku konsumen di lingkungan kampus.
2. Berdasarkan hasil yang diperoleh bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek pada penggunaan iPhone di STIEKEN Blitar sudah sesuai dengan keinginan konsumen. Variabel citra merek dengan diperoleh t hitung lebih besar t tabel nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas sehingga tidak signifikan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Gaya Hidup* dan *Citra Merek* secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Keputusan Pembelian*. Dengan kata lain, baik gaya hidup maupun citra merek berperan penting dalam mendorong konsumen untuk membeli suatu produk. Hal ini menunjukkan mahasiswa di STIEKEN Blitar memiliki gaya hidup yang modern yang cenderung untuk membeli iPhone karena produk ini menunjukkan identitas mereka dan mengikuti tren terbaru.

B. Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan dalam penelitian ini, maka saran-saran yang dapat peneliti sampaikan adalah:

1. Bagi perusahaan
 - a. Untuk variabel gaya hidup, diharapkan kepada perusahaan agar dapat lebih menyesuaikan antara kegiatan, kebutuhan serta minat dari para konsumen dengan manfaat dan keunggulan yang diberikan oleh iPhone, untuk mengetahui hal tersebut dapat dilakukan melalui survei dan mengumpulkan setiap opini yang konsumen katakan karena gaya hidup dari tiap konsumen pasti berbeda sesuai dengan kebutuhan dan selera setiap konsumen, dengan begitu akan menjadi masukan kepada perusahaan untuk menciptakan produk seperti apa yang selanjutnya akan menarik minat pasar.
 - b. Untuk variabel citra merek, diharapkan kepada perusahaan agar dapat lebih meningkatkan persepsi konsumen terhadap citra perusahaan dan citra produk yang dihasilkan, sehingga rasa kepercayaan pengguna dan calon pengguna akan semakin meningkat terhadap iPhone. Semakin baik penilaian para pengguna terhadap iPhone maka semakin berdampak baik terhadap perusahaan dan produk yang dihasilkannya, karena citra pemakai sebagai pengguna merupakan bagian dari citra produk, dengan begitu maka akan semakin baik apabila perusahaan semakin meningkatkan persepsi para penggunanya.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya. Para peneliti disarankan untuk mempertimbangkan penambahan variabel

kualitas produk dalam penelitian mendatang. *Kualitas produk* merupakan segala aspek yang memberikan nilai bagi konsumen, termasuk manfaat dan kepuasan yang diperoleh. Selain itu, perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan populasi dan sampel yang berbeda untuk mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian.