

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang berkaitan dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian variabel kepribadian memiliki nilai rata-rata (Mean) 26,20 dan standar deviasi 2,192. Maka dapat disimpulkan variabel kepribadian konsumen Elzatta Blitar termasuk kategori cukup.
2. Berdasarkan hasil pengujian variabel gaya hidup memiliki nilai rata-rata (Mean) 22,34 dan standar deviasi 2,257. Maka dapat disimpulkan variabel gaya hidup konsumen Elzatta Blitar termasuk kategori cukup.
3. Berdasarkan hasil pengujian variabel keputusan pembelian memiliki nilai rata-rata (Mean) 18,89 dan standar deviasi 1,847. Maka dapat disimpulkan variabel keputusan pembelian konsumen Elzatta Blitar termasuk kategori cukup.
4. Variabel kepribadian berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian jilbab Elzatta Blitar. Hal ini diketahui dengan nilai $t_{hitung} = 6,254 > t_{tabel} = 1,985$ dan nilai $p-value$ $0,000 < 0,05$ artinya signifikan. Signifikan disini berarti H_a diterima dan H_0 ditolak, bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kepribadian (X1) terhadap keputusan

pembelian (Y). Sehingga dapat dinyatakan kepribadian berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Elzatta store cabang Blitar.

5. Variabel gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hal ini diketahui dengan nilai $t_{hitung} = 3,007 > t_{tabel} = 1,985$ dan nilai *p-value* $0,003 < 0,05$ artinya signifikan. Signifikan disini berarti H_a diterima dan H_o ditolak, bahwa ada pengaruh yang signifikan antara gaya hidup (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Sehingga dapat dinyatakan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Elzatta store cabang Blitar.
6. Secara silmutan variabel kepribadian (X1), gaya hidup (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jilbab di Elzatta Blitar. Hal ini karena diketahui nilai $F_{hitung} = 60,371$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000$ sehingga $< 0,05$. Dan berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R^2 (*R Square*) yaitu sebesar $0,555$. Hal ini berarti $55,5\%$ keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kepribadian dan gaya hidup, sedangkan sisanya yaitu $45,5\%$ dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya seperti faktor budaya, faktor sosial dan faktor psikologis yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Sebagai salah satu brand besar di Indonesia yang bergerak di dunia fashion. Maka disarankan dapat meningkatkan produk dan juga fasilitas yang dapat memudahkan konsumen untuk membeli produk Elzatta. Serta dapat lebih memahami keinginan konsumen dan juga perkembangan fashion agar konsumen dapat membeli produk yang sesuai dengan karakter mereka dan dengan model yang *up to date*.
2. Bagi konsumen Elzatta mendapatkan fasilitas yang maksimal merupakan keinginan setiap konsumen. Dengan berbagai kemudahan dan pilihan yang telah di tawarkan oleh pihak Elzatta, diharapkan konsumen dapat melakukan pembelian sesuai dengan pilihan.
3. Bagi peneliti selanjutnya akan lebih baik jika variabel bebasnya dapat ditambah, agar hasil penelitian lebih menggambarkan objek yang diteliti. Berdasarkan tabel R² (*R Square*) terdapat pengaruh kepribadian dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sebesar 55,5 %, sedangkan sisanya yaitu 45,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.