

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan peneliti ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *lifestyle* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian dengan responden berjumlah 100 orang konsumen Elzatta di Tulungagung. Hasil dari pengumpulan data dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan regresi linier berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Lifestyle* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Elzatta di Tulungagung. Hal ini disebabkan oleh pola hidup konsumen Elzatta di Tulungagung yang memilih untuk menggunakan waktu, uang dan energi serta merefleksikan nilai-nilai, rasa dan kesukaannya terhadap sebuah *brand* Elzatta tinggi dan pendapat konsumen terhadap produk Elzatta mengarah pada pendapat yang positif.
2. *Brand image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Elzatta di Tulungagung. Hal ini disebabkan oleh *brand image* yang dimiliki Elzatta pada konsumen tercipta dengan kuat dan diterima secara positif karena Elzatta mempunyai produk dengan kualitas yang bagus dengan harga yang terjangkau.
3. *Lifestyle* dan *brand image* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Elzatta di Tulungagung.

Hal ini disebabkan oleh gaya hidup konsumen Elzatta tinggi dan citra merek yang dimiliki Elzatta positif. Perpaduan antara *lifestyle* dengan *brand image* akan memperkuat keputusan pembelian pada Elzatta di Tulungagung karena dalam mengkonsumsi suatu produk konsumen selalu memperhatikan kualitas produknya sehingga dapat yang ditimbulkan yaitu kepuasan konsumen.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Elzatta
  - a. Dari hasil penelitian ini, merek Elzatta dapat lebih memperhatikan dan menganalisa apa yang menjadi gaya hidup konsumen. Elzatta sebaiknya mengadakan kegiatan *event* atau melakukan sosialisasi pada komunitas seperti bergabung untuk mengadakan *event* bersama *hijabers community*, membuat talk show dan diskusi rutin untuk para komunitas Elzatta atau melakukan acara menarik lainnya.
  - b. Dari hasil penelitian merek Elzatta menunjukkan bahwa citra merek Elzatta harus terus ditingkatkan salah satunya dengan ikut mensponsori acara yang berkenaan dengan dunia hijab seperti ajang lomba nasional dan pameran hijab internasional. Hal ini akan mempertahankan citra merek dan reputasi Elzatta di Indonesia khususnya.

## 2. Bagi Akademisi

Bagi para akademisi dan pembaca untuk memperluas penelitian dengan mempertimbangkan variabel-variabel lainnya yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian seperti atribut produk, promosi, *brand trust*, *brand awareness* dan harga.

## 3. Bagi Penelitian selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan teknik penelitian yang berbeda seperti kualitatif melalui wawancara mendalam terhadap responden. Selain itu, dapat menambah variabel independen yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti kualitas produk, harga, promosi, pendapatan dan atribut produk. demikian pula dengan objek penelitian yang diperluas misalnya diwilayah jawa timur. Perbedaan ini akan menghasilkan data yang berbeda dan diharapkan lebih lengkap dari metode yang digunakan penelitian ini.