

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh kelompok referensi, gaya hidup dan motivasi terhadap keputusan pembelian produk perawatan di Larissa Aesthetic Center cabang Kediri, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pembahasan atas pengujian hipotesis mengenai kelompok referensi terhadap keputusan pembelian produk perawatan dapat diketahui bahwa secara parsial kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian prosuk perawatan. Hal ini dikarenakan kelompok referensi dibutuhkan untuk konsumen yang melakukan pembelian produk perawatan dan konsumen tersebut cocok menggunakan produk Larissa yang akhirnya akan memberitahu teman atau kerabatnya untuk melakukan pembelian produk perawatan Larissa. Sehingga adanya kelompok referensi, menjadikan konsumen Larissa lebih banyak acuan yang mereka dapatkan untuk memutuskan melakukan pembelian produk perawatan, setelah mengetahui teman atau kerabatnya yang memberikan saran serta hasil yang baik ketika memakai produk Larissa tersebut
2. Berdasarkan hasil pembahasan atas pengujian hipotesis mengenai pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk perawatan dapat diketahui bahwa secara parsial gaya hidup berpengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan pembelian produk perawatan. Hal ini dikarenakan gaya hidup konsumen Larissa menyukai produk perawatan yang bahannya terbuat alami dan sudah BPOM daripada membeli produk yang banyak bahan kimianya. Dengan memakai produk perawatan Larissa menjadikan konsumen lebih meningkatkan kepercayaan dirinya.

3. Berdasarkan hasil pembahasan atas pengujian hipotesis mengenai pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian produk perawatan dapat diketahui bahwa secara parsial motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk perawatan. Hal ini dikarenakan Larissa Aesthetic Center menawarkan produk yang sesuai dengan citra diri orang Indonesia seperti bahan produk yang dari bahan alami yang sudah bersertifikat CPKB (Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik) dari BPOM. Dan pada umumnya untuk tampil lebih baik agar lebih percaya diri ketika berkumpul dengan kerabat.

4. Berdasarkan pada pembahasan atas pengujian hipotesis mengenai pengaruh secara bersama-sama yaitu kelompok referensi, gaya hidup, dan motivasi terhadap keputusan pembelian produk perawatan dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk perawatan. Hal ini dikarenakan kelompok referensi, gaya hidup, dan motivasi merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang saling mempengaruhi satu sama lain.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian, maka peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri

Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri diharapkan bisa membuka cabang di kabupaten dan tidak hanya di kota besar saja. Karena peminat Larissa dengan harga dan kualitas yang diberikan sangat baik, maka sangat besar peminatnya di kabupaten seperti Tulungagung, Blitar dan Trenggalek yang belum ada cabang dari Larissa tersebut.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu referensi dan sumber informasi di perpustakaan IAIN Tulungagung khususnya tentang perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu referensi dan sumber informasi bagi peneliti selanjutnya terkait dengan penelitian mengenai perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian. Dari penelitian ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan peneliti, untuk itu bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa menjelaskan secara lengkap, menambah teori yang mendukung, serta menambah variabel independen (persepsi, sikap, konsep diri, budaya, pekerjaan, usia) atau memasukkan variabel lain yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian dan lokasi penelitian diperluas tidak hanya dalam satu perusahaan, bisa dilakukan dengan lebih dari satu perusahaan.