

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dengan judul pengaruh perilaku konsumen, gaya hidup, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian jam tangan Alexandre Christie, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku konsumen pada jam tangan Alexandre Christie mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat dilihat dari hasil pengujian di atas bahwa nilai t hitung yaitu $5,189 >$ nilai t tabel sebesar $1,976$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
2. Gaya hidup pada jam tangan Alexandre Christie mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat dilihat dari hasil pengujian di atas bahwa nilai t hitung sebesar $2,828 >$ nilai t tabel sebesar $1,976$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. Kepercayaan pada jam tangan Alexandre Christie mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat dilihat bahwa dari hasil pengujian di atas bahwa nilai t hitung sebesar $4,331 >$ nilai t tabel sebesar $1,976$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
4. Perilaku konsumen, gaya hidup dan kepercayaan bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat dilihat dari hasil pengujian di atas bahwa hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa nilai F hitung yakni sebesar $75,748 >$ nilai F tabel $2,67$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil di atas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran, yaitu:

1. Dari hasil penelitian, keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh perilaku konsumen, gaya hidup dan kepercayaan sebesar 60,1% sedangkan sisanya 39,9% dijelaskan oleh variabel lain.
2. Peneliti berharap pada penelitian selanjutnya sanggup menambahkan variabel independen lain selain variabel perilaku konsumen, gaya hidup, dan kepercayaan yang tentunya mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian, seperti atribut produk, kepuasan produk, dan *Brand Image*.
3. Hasil dari penelitian ini dapat dipakai sebagai patokan, panduan dan perbandingan untuk melaksanakan penelitian yang sama dimasa akan datang.
4. Penelitian ini dapat digunakan konsumen sebagai bahan pertimbangan dalam membuat keputusan membeli pada jam tangan Alexandre Christie.