

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan adalah mengenai pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen Skutik Yamaha Mio dengan metode eksplanatori melalui survei lapangan. Analisis data yang dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda menghasilkan pembuktian bahwa fenomena yang terjadi di lapangan sesuai dengan *teory* bersangkutan yang dipelajari. Berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. variabel-variabel dalam gaya hidup konsumen secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen Skutik Yamaha Mio. Keadaan ini menunjukkan bahwa gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumen dengan baik. Fenomena ini juga ditunjang dengan keseluruhan responden yang merupakan remaja dengan pekerjaan sebagai mahasiswa. Remaja dapat menentukan pilihannya sendiri yang dianggap sesuai dengan gaya hidup yang dijalani.
2. Penelitian ini juga membuktikan bahwa variabel *activity*, *interest*, dan *opinion* dalam gaya hidup konsumen secara sendiri-sendiri mempengaruhi perilakunya untuk membeli Skutik Yamaha Mio. *Activity* dalam gaya hidup memberikan gambaran sebanyak sembilan *item* kegiatan yang dilakukan oleh responden dalam kesehariannya sehingga mempengaruhi pilihannya terhadap Skutik Yamaha Mio. Aktivitas perkuliahan yang padat menjadi *item* yang

paling mendominasi waktu yang dihabiskan oleh responden menggunakan Skutik Yamaha Mio. Dimensi *interest* memberikan gambaran mengenai ketertarikan yang mendasari responden untuk menjatuhkan pilihan pada Skutik Yamaha Mio. Kegunaan Skutik Yamaha Mio untuk perkuliahan adalah faktor yang paling menarik minat responden. *Opinion* responden bahwa Skutik Yamaha Mio sesuai dengan penampilan mereka menjadi *item* yang paling mempengaruhi pendapat mereka terhadap kendaraan roda dua ini. Opini yang baik dan positif terhadap suatu produk tentunya dapat membangun *image* yang baik untuk produk tersebut, sehingga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian seseorang.

B. Saran

Penelitian mengenai gaya hidup konsumen yang telah dilakukan, membuat penulis dapat memberikan beberapa saran mengacu pada hasil penelitian ini. Saran yang penulis berikan baik bagi pemasar maupun peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Pelaksanaan gaya hidup responden dalam penelitian ini telah terbukti mampu diterapkan dengan baik kepada konsumen untuk melihat kecenderungan perilaku mereka, namun masih ada beberapa penilaian konsumen terhadap Skutik Yamaha Mio yang masih dianggap kurang. Salah satunya adalah bentuk dukungan perusahaan terhadap kegiatan-kegiatan kemasyarakatan yang dilakukan oleh konsumen pemilik Skutik Yamaha Mio terutama *club*. Keanggotaan *club* sejatinya dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap suatu produk. Perusahaan khususnya YMKI hendaknya dapat lebih cermat

melihat gaya dimensi dan faktor-faktor dalam gaya hidup untuk mengembangkan strategi pemasaran.

2. Upaya meningkatkan keputusan pembelian konsumen terbukti mempengaruhi konsumen untuk membeli Skutik Yamaha Mio, akan tetapi ada beberapa unsur di dalamnya yang harus terus ditingkatkan. Kualitas produk dibandingkan produk pesaing, artinya bahwa opini konsumen memiliki keraguan tentang kualitas produk yang dimiliki Skutik Yamaha Mio apakah dapat terus bertahan. Perusahaan memerlukan suatu usaha untuk lebih meyakinkan konsumen dengan melakukan promosi secara *continues* untuk membentuk *interest* dan *opinion* kuat di benak konsumen mengenai Skutik Yamaha Mio. Inovasi dan peningkatan kualitas produk juga dibutuhkan untuk terus bertahan hidup di pasar dengan persaingan keras.
3. Rekomendasi bagi peneliti selanjutnya, diharapkan para peneliti dapat mengangkat beberapa kekurangan permasalahan mengenai gaya hidup yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Gambaran untuk hal tersebut, salah satunya adalah solusi yang harus dilakukan untuk memperbaiki atau meningkatkan *activity*, *interest*, dan *opinion* konsumen terhadap Skutik Yamaha Mio. Tujuannya adalah untuk penerapan gaya hidup sebagai strategi penjualan. Penelitian ini juga dapat dijadikan acuan untuk melakukan penelitian lain mengenai gaya hidup konsumen