

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada *Purchase Intention*. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel *Fashion Lifestyle* (X) sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah *Purchase Intention* (Y). Dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana, dapat diambil kesimpulan bahwa *Fashion Lifestyle* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *purchsae Intention*, dapat dilihat dari nilai thitung 10,28 dengan angka probabilitas yang dinyatakan signifikan terhadap variabel *Purchase Intention*

Berdasarkan hasil penelitian dari keempat indikator *Fashion Lifestyle*, menunjukkan bahwa indikator “*practical*” menjadi indikator yang paling besar pengaruhnya di dalam *Fashion Lifestyle*. Hasil ini didapat dari analisis deskriptif dengan *mean* sebesar 4,14. *Item* dari indikator “*practical*” menjelaskan bahwa padangan konsumen @tangankedua ketika memilih pakaian, konsumen cenderung memilih fungsi dibanding dengan warna atau *design* dan dalam melakukan pembelian mayoritas konsumen didasari karna kebutuhan serta lebih memilih pakaian yang nyaman ketika dikenakan. Hasil dari analsis deskriptif tersebut menunjukkan hal mendasar yang harus dieprhatikan dalam menumbuhkan minat beli konsumen terhadap barang *second hand* yakni kegunaan, kebutuhan dan kenyamanan dari pakaian tersebut, hal tersebut menunjukkan bahwa indikator “*Practical*” turut membentuk sikap, opini dan

minat konsumen terkait pembelian produk *fashion*. Dalam penelitian ini *fashion* yang dimaksud adalah pakaian *second hand*.

Berdasarkan hasil penelitian pula terdapat indikator yang paling rendah tingkat pengaruhnya dalam *Fashion Lifestyle* yakni pada indikator *informational* dengan nilai rata-rata sebesar 3,68. *Item* indikator *informational* pada variabel *Fashion Lifestyle* menjelaskan bagaimana cara konsumen mendapat ide ataupun referensi *fashion*. Hasil dari analisis deskriptif menunjukkan bahwasanya dengan perkembangan teknologi saat ini konsumen dapat mencari informasi dengan cara lebih mudah, dapat dikatakan konsumen dapat menggunakan internet dalam mencari informasi mengenai *fashion* dalam konteks pakaian *second hand*.

Pada penghitungan analisis regresi linier sederhana, dapat diketahui Pengaruh variabel bebas terhadap *Purchase Intention* dilakukan dengan pengujian t-test. Dari hasil analisis regresi linier sederhana diperoleh *Fashion Lifestyle* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Purchase Intention* yang ditunjukkan dengan pengaruh sebesar 10,283. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh *Fashion Lifestyle* terhadap variabel *Purchase Intention* dapat diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi @tangankedua maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Diharapkan pihak @tangankedua dapat mempertahankan serta meningkatkan apa yang dibutuhkan konsumen melalui *Fashion Lifestyle*, karena variabel *Fashion Lifestyle* mempunyai pengaruh yang dominan

dalam mempengaruhi *Purchase Intention*, diantaranya yaitu dengan menawarkan pakaian *second hand* yang sesuai dengan kegunaan dan kenyamanan ketika digunakan serta apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga *Purchase Intention* akan meningkat.

2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi *Purchase Intention* diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi @tangankedua dan peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.