

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh kelompok referensi dan keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian shampo clear pada Universitas Wahid Hasyim Semarang maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kelompok referensi berpengaruh pada keputusan pembelian menggunakan shampo clear Mahasiswa Universitas Wahid Hasyim Semarang. Hal ini dibuktikan dengan uji t sebesar t_{hitung} 4,367 lebih besar dari t_{tabel} 1,984 dengan signifikansi $0,000 < 0,50$. Dengan demikian hipotesa menyatakan bahwa H_a diterima.
2. Gaya hidup berpengaruh pada keputusan pembelian menggunakan shampo clear Mahasiswa Universitas Wahid Hasyim Semarang. Hal ini dibuktikan dengan uji t sebesar t_{hitung} 4,710 lebih besar dari t_{tabel} 1,984 dengan signifikansi $0,000 < 0,50$. Dengan demikian hipotesa menyatakan bahwa H_a diterima.
3. Kelompok referensi dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh pada keputusan pembelian menggunakan shampo clear Mahasiswa

4. Universitas Wahid Hasyim Semarang. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} 51,893 lebih besar dari F_{tabel} 3,09 dengan signifikansi $0,000 < 0,50$. Dengan demikian hipotesa menyatakan bahwa H_a diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi mahasiswa Universitas Wahid Hasyim Semarang.

- a) Kelompok Referensi

Mahasiswa dalam membeli dan memakai shampo clear, sebaiknya jangan hanya melihat dari produk merek yang terkenal dan harga mahal saja agar tidak terlihat pasaran jangan cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mahal, tetapi sebaiknya dalam membeli produk atas pertimbangan harga atau atas dasar manfaat dan kegunaan produk tersebut sesuai dengan kebutuhan yang kita inginkan. Selain itu mahasiswa dalam pemakaian shampo clear jangan hanya untuk meningkatkan rasa percaya diri, ingin dihargai dan dikagumi oleh orang lain tetapi pemakaian shampo hendaklah benar-benar sesuai kebutuhan dan karakteristik rambut kita.

b) Gaya Hidup

Mahasiswa dalam membeli dan memakai shampo clear, jangan jadikan shampo clear anti ketombe hanya sebagai gaya hidup dan mengikuti *trend* yang ada dan membeli produk hanya demi menjaga penampilan dan gengsi, tapi jadikanlah dalam memakai shampo clear sebagai suatu nutrisi kebutuhan pada rambut kita agar terlihat lebih wangi dan segar, bebas dari masalah kulit kepala. Adapun mahasiswa dalam membeli shampo clear hanya tertarik dengan adanya tawaran hadiah atau gimmick atau potongan harga saja tetapi membeli produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan kita, begitu pula jika dalam pemakaian produk shampoo lainnya belum habis pakai jangan cenderung berkeinginan untuk mencoba membeli produk shampoo lain yang manfaatnya sama karena hanya ingin mengikuti *trend* saat ini saja.

c) Keputusan Pembelian

Mahasiswa memutuskan untuk membeli produk shampoo Clear karena shampoo adalah salah satu komoditi penting sehari-hari yg digunakan sebagai perlengkapan untuk mandi. Mahasiswa memutuskan membeli shampoo Clear berdasarkan pengalaman orang lain, mereka membandingkan berbagai jenis merk shampoo yg beredar ditoko, pasar juga swalayan. Setelah mendapatkan pengalaman dari orang lain mahasiswa dapat menyimpulkan

bahwa shampoo Clear sangat diminati banyak orang. Mahasiswa menjadi lebih yakin untuk membeli shampoo Clear.

2. Bagi Akademis

Hasil pada penelitian ini menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) yang sudah disesuaikan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,517. Hal ini berarti 51,7% keputusan pembelian shampoo clear mahasiswa Universitas Wahid Hasyim Semarang dapat dijelaskan oleh variabel kelompok referensi dan gaya hidup. Kemudian sisanya sebesar 0,483 (48,3%) dipengaruhi oleh faktor lain seperti : keluarga, peran dan status, kepribadian, pekerjaan dan lingkungan ekonomi. Untuk itu peneliti selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian keputusan pembelian fokus pada kelompok referensi dan gaya hidup namun dengan menggunakan indikator-indikator lain sebagai perbandingan untuk mengembangkan penelitian dengan teori baru, metode dan alat uji serta objek penelitian yang berbeda sehingga dapat memberikan wawasan untuk penelitian selanjutnya.