

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### V. 1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di uji dan dilakukan mengenai variabel media sosial, gaya hidup, dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (studi pada mahasiswa FEB UPN Veteran Jakarta) maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Sesuai dengan hasil yang telah diteliti maka dapat diketahui dan dibuktikan bahwa variabel media sosial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas. Hal ini terlihat dari tingginya nilai hasil uji indikator adanya interaksi antara konsumen dengan penjual yaitu konsumen mengetahui harga dan brand yang ditawarkan dari penjual. Yang berarti pernyataan tersebut mempunyai kontribusi besar terhadap media sosial. Maka dari itu kesimpulannya terkait variabel media sosial adalah hasil analisis sudah sejalan dengan hipotesis penelitian yaitu adanya pengaruh media sosial yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Sesuai dengan hasil yang telah diteliti maka dapat diketahui dan dibuktikan bahwa variabel gaya hidup memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas. Hal ini terlihat dari tingginya nilai hasil uji indikator *Opinion* (Opini atau pendapat) yaitu konsumen berbelanja produk di toko yang diyakini terpercaya dengan segala informasi yang diberikan oleh toko tersebut. Yang berarti pernyataan tersebut mempunyai kontribusi besar terhadap gaya hidup. Maka dari itu kesimpulannya terkait variabel gaya hidup adalah hasil analisis sudah sejalan dengan hipotesis penelitian yaitu adanya pengaruh gaya hidup yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Sesuai dengan hasil yang telah diteliti maka dapat diketahui dan dibuktikan bahwa variabel harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian pakaian bekas. Hal ini terlihat dari tingginya nilai hasil uji indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk yaitu harga sesuai dengan merek/brand produk. Yang berarti pernyataan tersebut mempunyai kontribusi besar terhadap harga. Maka dari itu kesimpulannya terkait variabel harga adalah hasil analisis sudah sejalan dengan hipotesis penelitian yaitu adanya pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

## V.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah dijelaskan, peneliti juga menulis saran dengan maksud agar lebih baik kedepannya. Peneliti menulis saran untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya. Saran-saran tersebut ialah:

### 1. Bagi Perusahaan

Bagi pembisnis dunia pakaian bekas (*thirfting*) disarankan terus memberikan informasi yang mudah untuk konsumen mendapatkan informasi yang terkait dengan produk. Kemudahan informasi yang di dapatkan konsumen dari media sosial yang akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Terkait dengan gaya hidup diharapkan pembisnis pakaian bekas memastikan bahwa produk yang dijual tetap memiliki kualitas yang baik sehingga para konsumen tetap berhati-hati dalam berbelanja/memilih produk tersebut. Lalu berkaitan dengan harga produk supaya dapat dipertahankan dengan kualitas yang sama. Dengan harga pakaian bekas yang murah dibanding dengan pesaing harga pakaian baru, diharapkan dapat selalu menjadi pilihan kebutuhan untuk para konsumen.

### 2. Bagi Peneliti

- a. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel lain selain variabel media sosial, gaya hidup, dan harga yang sudah diteliti seperti variabel kualitas pelayanan dan pengaruh brand pada penelitian ini agar bisa mengetahui pengaruh lain yang memengaruhi keputusan pembelian pakaian bekas.

- b. Peneliti selanjutnya juga diharapkan untuk meneliti dengan objek lain agar bisa mengetahui pengaruh variabel yang diteliti dengan objek tersebut.
- c. Jumlah sampel (responden) untuk penelitian ini masih terbatas pada mahasiswa FEB UPN Veteran Jakarta. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sampel yang lebih luas untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik, dapat digeneralisasikan, dan bisa memberikan gambaran otentik tentang keputusan pembelian pakaian bekas.