

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Hasil dari analisis dan penelitian yang sudah dijabarkan, lalu penulis bisa memberikan kesimpulannya sebagai berikut:

1. Gaya hidup (*lifestyle*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk *frozen food* pada warga desa Honggosoco di era *New Normal*. Variabel gaya hidup menunjukkan $t_{hitung} \text{ sebesar } 2,952 > t_{tabel} \text{ sebesar } 1,986$ yang nilai signifikansinya menunjukkan $0,004 < 0,05$. Bersamaan dengan hal itu jadi, semakin meningkat gaya hidup seseorang, maka makin tinggi pula keputusan pembelian produk Frozen Food.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan, pembelian produk *frozen food* pada warga desa Honggosoco di era *New Normal*. Variabel keputusan pembelian membuktikan $t_{hitung} = 7,474 > t_{tabel} = 1,986$ dengan nilai signifikansinya menunjukkan $0,000 < 0,05$. Dengan adanya hal tersebut maka, makin tinggi kualitas suatu produk, maka makin tinggi pula keputusan pembelian terhadap produk Frozen Food tersebut.
3. Gaya hidup dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian ,produk *frozen food* pada warga desa Honggosoco di era *New Normal*. Perhitungan simultan yang menghasilkan nilai $F_{hitung} = 133,345 > F_{tabel} = 3,09$ dan nilai signifikansinya itu ialah $0,000 < 0,05$. Sedangkan besar koefisien regresi dari gaya hidup sebesar 0,275. Artinya, jika gaya hidup (X_1) meningkat, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 27,5% dengan anggapan variabel kualitas produk (X_2) bernilai konstan. Sedangkan nilai koefisien regresi kualitas produk (X_2) sebesar 0,624. Artinya, jika kualitas produk (X_2) meningkat satu satuan maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 62,4% dengan anggapan variabel gaya hidup (X_1) bernilai konstan. Dalam perhitungan koefisien determinasi atau *R square* adalah 0,739 atau 73,9%. Semakin tinggi gaya hidup dan kualitas produk akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian suatu produk.

B. Saran

Dari hasil penelitian dan analisis data, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Produsen

Bagi produsen diharap dapat melihat ciri gaya hidup konsumen yang bermacam-macam, mampu menjaga kualitas produk agar menjadi yang terbaik dimata konsumen sehingga akan tercapai pembelian yang terus menerus.

2. Bagi Konsumen

Bagi Konsumen diharapkan untuk selalu selektif dalam memilih suatu produk sebelum melakukan keputusan pembelian produk.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Buat periset berikutnya, hasil penelitian ini bisa jadi referensi/rujukan serta masukan buat menaikkan pengetahuan. Periset menganjurkan buat menambah variable lain seperti citra merek, kualitas pelayanan, harga, persepsi konsumen, dll. Peneliti sesudahnya dapat memakai metoda yang berbeda dari metode penelitian ini serta memperluas wilayah penelitian misalnya sekecamatan, atau sekabupaten.

C. Penutup

Segala puji bagi Allah SWT yang sudah melimpahkan rohmat, taufiq dan hidayah-Nya kepada Pengarang, alhasil Pengarang bisa menuntaskan penyusunan skripsi ini. Shalawat teruntuk Rasulullah SAW yang sudah membagikan pelajaran pada kami bgaimana jadi seseorang ahli ekonomi islam yang bagus serta diridhoi Allah SWT. Mudah- mudahan kita senantiasa mengikuti jejaknya. Amiin.

Penulis mengetahui sedalam- dalamnya kalau skripsi ini jauh dari tutur sempurna walaupun pengarang telah berupaya maksimal. perihal ini diakibatkan sebab keterbatasan serta amat dangkalnya wawasan yang pengarang punya. Oleh sebab itu Pengarang dengan kecil batin menginginkan kritik serta anjuran yang membuat pembaca, untuk keutuhan dalam skripsi ini.

Kesimpulannya, tidak tutur yang layak dari Pengarang tidak hanya berharap maaf kepada Ilahi Robbi, atas seluruh kekurangan serta kekeliruan Pengarang serta berkah Pengarang sendiri serta seluruh pihak pada biasanya, yang betul-betul membutuhkannya. *Amiin ya robbal alamin.*