

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis untuk mengetahui adanya pengaruh Harga, Promosi, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada HOX Vape Store cabang Wisma Asri maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di HOX VAPE STORE Cabang Wisma Asri. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa semakin kompetitif harga yang ditawarkan, semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Faktor-faktor seperti keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, serta manfaat yang dirasakan oleh konsumen menjadi aspek penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Bahwa promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di HOX VAPE STORE Cabang Wisma Asri. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi promosi yang efektif, seperti periklanan, diskon, promosi penjualan, dan pemasaran melalui media sosial, berkontribusi dalam meningkatkan minat beli konsumen. Namun, promosi yang dilakukan oleh HOX VAPE STORE masih terbatas pada media sosial seperti Instagram, sehingga jangkauan pasarnya belum optimal.

3. Bahwa gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di HOX VAPE STORE Cabang Wisma Asri. Hasil analisis menunjukkan bahwa konsumen yang menjadikan vape sebagai bagian dari gaya hidup mereka lebih cenderung untuk membeli produk vape secara rutin. Faktor-faktor seperti aktivitas, minat, dan opini terhadap tren vape mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk yang sesuai dengan preferensi dan identitas mereka.
4. Bahwa harga, promosi, dan gaya hidup secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di HOX VAPE STORE Cabang Wisma Asri. Ketiga variabel ini berkontribusi secara bersamaan dalam membentuk keputusan pembelian konsumen. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan manfaat produk mempengaruhi daya tarik konsumen dalam memilih vape. Promosi yang efektif, baik melalui media sosial maupun strategi pemasaran lainnya, meningkatkan kesadaran dan minat beli konsumen. Sementara itu, gaya hidup konsumen yang menjadikan vape sebagai bagian dari tren atau identitas mereka juga memperkuat keputusan untuk membeli produk di HOX VAPE STORE.

5.2 Saran

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini memiliki kekurangan dan keterbatasan meskipun seperti itu penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, diantaranya:

1) Bagi Perusahaan (HOX VAPE STORE Cabang Wisma Asri):

- a) Penetapan Harga yang Kompetitif: Perusahaan perlu memastikan bahwa harga produk yang ditawarkan kompetitif dan sesuai dengan kualitas yang diharapkan konsumen. Diskon atau program bundling dapat digunakan untuk menarik lebih banyak pelanggan.
- b) Penguatan Strategi Promosi: Meningkatkan intensitas dan variasi promosi melalui berbagai saluran, baik online maupun offline, untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Promosi yang kreatif, seperti event komunitas, diskon musiman, dan promosi khusus anggota komunitas vape, dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan.
- c) Peningkatan Pemahaman Gaya Hidup Konsumen: Memahami lebih dalam gaya hidup konsumen dapat membantu perusahaan menyesuaikan produk dan layanan sesuai dengan tren dan kebutuhan mereka. Menyediakan produk yang sesuai dengan tren gaya hidup dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
- d) Pengembangan Produk Baru: Terus berinovasi dengan menghadirkan produk-produk baru yang sesuai dengan kebutuhan konsumen yang dinamis, seperti varian e-liquid baru, perangkat dengan fitur inovatif, dan aksesoris yang menarik.
- e) Pelayanan yang Lebih Baik: Fokus pada peningkatan layanan pelanggan yang ramah dan responsif untuk meningkatkan

pengalaman berbelanja. Pelatihan karyawan dalam pelayanan pelanggan dapat memperkuat hubungan dengan konsumen.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya:

- a) Penelitian dengan Variabel Tambahan: Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menambahkan variabel lain, seperti kualitas produk, pengalaman pelanggan, atau kepercayaan merek, untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.
- b) Penggunaan Metode Penelitian yang Berbeda: Selain metode kuantitatif, peneliti bisa menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang perilaku konsumen dan motivasi di balik keputusan pembelian mereka.
- c) Studi Perbandingan: Melakukan studi perbandingan antara cabang-cabang HOX VAPE STORE yang berbeda atau antara toko vape lainnya untuk mengidentifikasi keunikan dan keunggulan kompetitif masing-masing.
- d) Penelitian Jangka Panjang: Penelitian longitudinal dapat dilakukan untuk mengamati perubahan perilaku konsumen dan efektivitas strategi pemasaran dalam jangka waktu yang lebih panjang.
- e) Penelitian di Lokasi Berbeda: Mengulang penelitian di lokasi lain dengan karakteristik demografis dan sosiokultural yang berbeda untuk memahami bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi keputusan pembelian di berbagai konteks.

Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya dan peneliti selanjutnya dapat memperluas pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen di industri vape.

