

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “Pengaruh Gaya Hidup, *Brand Image* dan Kualitas Produk (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk sepatu Aerostreet pada mahasiswa FEB Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. *Brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu Aerostreet pada mahasiswa FEB Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Aerostreet pada mahasiswa FEB Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Gaya hidup, *brand image* dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu Aerostreet pada mahasiswa FEB Angkatan 2021 mahasiswa FEB Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

5.2 Keterbatasan Masalah

1. Keterbatasan pada Populasi dan Sampel

Penelitian Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2021 di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Hal ini menjadi keterbatasan karena hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara menyeluruh terhadap populasi yang lebih luas, seperti mahasiswa dari program studi lain atau angkatan yang berbeda.

2. Keterbatasan Variabel

Penelitian ini hanya memfokuskan analisis pada tiga variabel independen, yaitu gaya hidup, *brand image*, dan kualitas produk. Masih terdapat kemungkinan bahwa terdapat variabel lain yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, namun tidak diteliti dalam studi ini.

3. Keterbatasan Rentang Waktu Penelitian

Pengumpulan data dilakukan dalam satu periode waktu tertentu, yaitu pada 12-31 Januari 2025 sehingga hasil yang diperoleh hanya mencerminkan kondisi pada saat penelitian berlangsung. Perilaku konsumen yang bersifat dinamis dan dapat berubah seiring waktu maupun dipengaruhi oleh kondisi eksternal seperti situasi ekonomi, tidak dapat terdeteksi secara menyeluruh dalam penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil serta analisis penelitian maupun pembahasan terkait pengaruh gaya hidup, *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa FEB Prodi Manajemen angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, peneliti mengungkapkan beberapa saran, yaitu :

1. Bagi Perusahaan

- a. Untuk Gaya Hidup Konsumen, perusahaan sebaiknya lebih fokus dalam memahami dan menyesuaikan strategi pemasarannya dengan gaya hidup target konsumennya. Karena gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan mengembangkan desain produk yang mengikuti trend *fashion*.
- b. Untuk *Brand Image*, perusahaan perlu melakukan evaluasi dan penguatan terhadap strategi pembentukan *brand image*, karena hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap merek belum cukup kuat untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan membangun identitas merek yang lebih jelas dan konsisten.
- c. Untuk Kualitas Produk, perusahaan perlu menjaga dan meningkatkan kualitas produk sebagai faktor utama yang mendorong keputusan pembelian. Mencakup penggunaan bahan yang tahan lama, kenyamanan saat di pakai, desain yang menarik serta standar produksi yang konsisten.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti berikutnya disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih besar dan beragam agar hasil penelitian dapat digeneralisasi dengan lebih baik mempertimbangkan produk Aerostreet, ada baiknya dengan mencoba variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
- b. Penggunaan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif atau metode campuran, dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.