

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat dibuat kesimpulan dari hasil penelitian ini yakni :

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa persepsi tentang *brand image*, *advertising*, norma subjektif, gaya hidup dan keputusan pembelian kosmetik wardah paada took Mutiara kosmetik kupang mendapatkan nilai responden masing-masing secara berturut-turut adalah sebagai berikut: **84,38%**; **84,48%**; **84,86%**; **85,78%**; **84,91%** dengan kategori responden sangat baik.
2. Variabel *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup. Hal ini ditunjukkan dari nilai *t-statistic* sebesar $2,25 > t_{tabel}$ sebesar 1,96 dengan *p values* sebesar $0,011 < 0,05$.
3. Variabel *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap dan keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dari nilai *t-statistic* sebesar $3,289 > t_{tabel}$ sebesar 1,96 dengan *p values* sebesar $0,001 < 0,05$.
4. Variabel Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dari nilai *t-statistic* sebesar $4,498 > t_{tabel}$ sebesar 1,96 dengan *p values* sebesar $0,000 < 0,05$.
5. Variabel Norma Subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dari nilai *t-statistic* sebesar $2,469 > t_{tabel}$ sebesar 1,96 dengan *p values* sebesar $0,014 < 0,05$.

6. Variabel *Advertising* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap gaya hidup. Hal ini ditunjukkan dari nilai *t-statistic* sebesar $0,474 > t_{tabel}$ sebesar 1,96 dengan *p values* sebesar $0,636 < 0,05$.
7. Variabel *Advertising* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian , Hal ini ditunjukkan dari nilai *t-statistic* sebesar $0,352 > t_{tabel}$ sebesar 1,96 dengan *p values* sebesar $0,725 < 0,05$.
8. Variabel norma subjektif tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap gaya hidup. Hal ini ditunjukkan dari nilai *t-statistic* sebesar 1,428 $> t_{tabel}$ sebesar 1,96 dengan *p values* sebesar $0,154 < 0,05$.
9. Variabel gaya hidup mampu memediasi pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada toko Mutiara kosmetik kota kupang, dengan nilai koefisien $t_{statistik}$ sebesar $2,101 > t_{tabel}$ sebesar 1,96 dan signifikan sebesar $0,036 < 0,05$.
10. Variabel gaya hidup tidak mampu memediasi pengaruh *advertising* terhadap keputusan pembelian, dengan nilai koefisien $t_{statistik}$ sebesar $0,526 > t_{tabel}$ sebesar 1,96 dan signifikan sebesar $0,599 < 0,05$;
11. Variabel gaya hidup tidak mampu memediasi pengaruh norma subjektif terhadap keputusan pembelian, dengan nilai koefisien koefisien $t_{statistik}$ sebesar $1,447 > t_{tabel}$ sebesar 1,96 dan signifikan sebesar $0,148 < 0,05$.

B. Saran

Brdasarkan hasil penelitian di atas, maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Hendaknya toko Mutiara Kosmetik Kupang mampu meningkatkan strategi pemasaran dan memberikan informasi perluasan produk dengan menggunakan media periklanan yang lebih menarik yang dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang sehingga dapat meningkatkan penjualan suatu produk.
2. Hendaknya toko Mutiara Kosmetik Kupang mampu mempengaruhi konsumen untuk bersifat loyalitas terhadap produk yang di jual sehingga konsumen tersebut dapat mempengaruhi konsumen lain agar menggunakan produk yang dijual di toko Mutiara Kosmetik Kupang.