

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan uji regresi linear berganda untuk kedua variabel brand image dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone adalah $Y = 17,122 + 0,162X_1 + 0,582X_2$ yang berarti Y itu Keputusan Pembelian sedangkan X_1 Brand Image dan X_2 Gaya Hidup.
2. Bahwa ada pengaruh signifikan *brand image* terhadap keputusan pembelian iPhone di Story i pekanbaru. Variabel ini elemen penting yang mampu mempengaruhi proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dan akan menimbulkan kesan yang baik dan bagus bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.
3. Bahwa ada pengaruh signifikan gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone di Story i pekanbaru. Ini sesuai dengan pernyataan yang telah diisi oleh responden dan hampir keseluruhan berpendapat positif.
4. Berdasarkan uji simultan (Uji F) ada pengaruh signifikan *brand image*, dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan pembelian iPhone oleh konsumen di Story i sehingga dapat dikatakan hipotesis peneliti diterima.
5. Dan hasil uji koefisien determinan (R^2) besarnya pengaruh simultan dari variabel *brand image* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone di story i pekanbaru adalah sebesar 51%.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dalam penelitian ini memberikan saran yaitu:

5.2.1 Bagi Toko Story i Pekanbaru

1. *Brand image* yang positif pada *Apple* yang telah diberikan kepada konsumen harus terus dipertahankan, dan dapat ditingkatkan lagi dengan cara memberikan informasi tentang fitur-fitur yang up to date, bentuk desain mewah yang berbeda disukai banyak konsumen melalui situs *official apple* agar informasi tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu alasan konsumen ingin membelinya sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian iPhone di Story i Pekanbaru.
2. Gaya hidup telah mempengaruhi kebutuhan konsumen dan harus dipertahankan, dapat ditingkatkan lagi dengan cara memilih produk yang canggih dan lagi trend di zaman sekarang, agar dapat meningkatkan keinginan gaya hidup konsumen sehingga berdampak baik bagi perusahaan mengenai keputusan pembelian iPhone di Story i Pekanbaru.
3. Untuk para pembaca lainnya, semoga hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan menjadi referensi serta pengetahuan mengenai manajemen pemasaran yang berhubungan dengan *brand image* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian dalam suatu produk.

5.2.2 Untuk peneliti lainnya, disarankan untuk lebih menggunakan lebih banyak variabel indenpenden diluar *brand image* dan gaya hidup contoh seperti citra

merek, kualitas produk dan lain sebagainya. Sehingga informasi yang didapat lebih bervariasi.



THE
Character Building
UNIVERSITY