

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan serta analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai Pengaruh *Lifestyle* dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Oleh Konsumen Mahasiswa di Toko Kazana Medan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Lifestyle* (X_1) terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Oleh Konsumen Mahasiswa di Toko Kazana Medan.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Word of Mouth* (X_2) terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Oleh Konsumen Mahasiswa di Toko Kazana Medan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Lifestyle* dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Oleh Konsumen Mahasiswa di Toko Kazana Medan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini dan simpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut.

1. Peneliti memberikan saran kepada Wardah Kosmetik dan Toko Kazana untuk melakukan survey minimal satu kali dalam setahun kepada

konsumennya yang berkaitan dengan *Lifestyle* dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Kosmetik.

2. Variabel *Lifestyle*, indikator opini sebagai nilai terendah perlu kiranya pihak toko memperkenalkan dan membentuk opini baru pada konsumen tentang produk Wardah dengan meelakukan promisi yang baik terhadap produk tersebut.
3. *Word of Mouth*, pihak Toko Kazana Medan perlu melakukan pengembangan pola komunikasi yang baik terhadap konsumen dengan tujuan untuk menciptakan kesan nyaman terhadap produk Wardah yang ditawarkan.
4. Jumlah Pembelian adalah Indilkator yang paling rendah Pada Variabel Keputusan Pembelian, maka dari itu Toko Kazzana Medan perlu melakukan pelayanan dengan pola promosi yang baik untuk menumbuhkan keyakinan dan rasa ingin membeli pada calon konsumen. Semua Hal ini perlu dilakukan mengingat keputusan pembelian atau pemesanan sangat berarti bagi perusahaan.
5. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengulik mengenai penelitian yang telah dibuat oleh peneliti diharapkan agar dapat menambahkan beberapa variabel seperti lokasi, produk, harga, kualitas pelayanan dan promosi diluar variable yang telah diambil oleh peneliti agar lebih bervariasi serta mengetahui pengaruh-pengaruh terhadap variabel terikat keputusan pembelian secara lebih mendalam guna menambahkan akurasi dan kesempurnaan dalam penelitian yang akan kalian teliti.