

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Brand personality dan Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian Queen Iphone Kota Bengkulu telah diuraikan sebelumnya dapat disimpulkan :

1. Nilai t_{sig} untuk variabel Brand personality (X_1) yaitu sebesar 0.000. Jadi dapat disimpulkan bahwa $t_{sig} < Sig (0.000 < 0.050)$ artinya H_a diterima dan H_0 ditolak, bahwa variabel Brand personality berpengaruh terhadap keputusan pembelian Queen Iphone Kota Bengkulu .
2. Nilai t_{sig} untuk variabel Gaya Hidup (X_2) yaitu sebesar 0.012. Jadi dapat disimpulkan bahwa $t_{sig} < Sig (0.012 < 0.050)$ artinya H_a diterima dan H_0 ditolak, bahwa variabel Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian Queen Iphone Kota Bengkulu.
3. Uji hipotesis di atas dapat diketahui untuk variabel Brand personality (X_1), dan Gaya Hidup (X_2) nilai $F_{sig} = 0.000$. Jadi dapat disimpulkan bahwa $F_{sig} < Sig (0.000 < 0.050)$ artinya H_a diterima dan H_0 ditolak, bahwa masing-masing variable mempunyai berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Queen Iphone Kota Bengkulu.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Nilai rata-rata tanggapan responden variabel *brand personality* adalah 3,82 maka disarankan agar Queen Iphone meningkatkan kembali brand personality karena mempengaruhi keputusan konsumen
2. Nilai rata-rata tanggapan responden variabel gaya hidup adalah sebesar 3.8 maka disarankan agar Queen Iphone memperhatikan kembali gaya hidup konsumen karena mempengaruhi keputusan pembelian
3. Nilai rata-rata tanggapan responden variabel keputusan pembelian adalah 3,92 maka disarankan agar Queen Iphone memperhatikan apa saja yang menjadi faktor keputusan pembelian

