

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk yang diberikan oleh Fashion Icon Yogyakarta berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Gaya hidup yang dialami oleh konsumen Fashion Icon Yogyakarta berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. *Trend Fashion* yang diikuti oleh konsumen Fashion Icon Yogyakarta berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Koefisien determinasi (*Adjusted R²*) diperoleh sebesar 0,799 atau (79,9%), yang berarti variabel independen yaitu kualitas produk, gaya hidup, dan *trend fashion* mampu menjelaskan variasi perubahan variabel dependen keputusan pembelian sebesar 79,9%. Sedangkan sisanya 20,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk pada penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi Fashion Icon Yogyakarta

Dari hasil penelitian ini diharapkan Fashion Icon Yogyakarta dapat mempertahankan upaya-upaya yang telah diterapkan karena terbukti memberi pengaruh positif pada meningkatnya keputusan pembelian konsumen. Namun pihak perusahaan secara berkala dapat mengevaluasi kembali strategi kualitas produk dengan mengikuti gaya hidup konsumen serta Itrend fashion terkini karena keinginan dan kebutuhan konsumen yang terus bergerak secara dinamis sejalan dengan tumbuhnya outlet-outlet *fashion* baru yang menjadi pesaing Fashion Icon.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini hanya terbatas pada variabel kualitas produk, gaya hidup, dan *trend fashion* terhadap keputusan pembelian. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan faktor lainnya yang memiliki kemungkinan dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti harga, kualitas layanan, citra merek, dan lain-lain.