

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan analisis mengenai Keputusan Pembelian generasi Z pada Produk Iphone Berdasarkan Gaya Hidup Hedonis, Perilaku Konsumtif, *Brand Awareness*, dan Lingkungan Sosial. Maka, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup hedonis (X1) dan Keputusan Pembelian (Y), khususnya pada kalangan Generasi Z dalam membeli produk iPhone. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis memiliki potensi untuk meningkatkan keputusan pembelian generasi Z terutama pada produk iPhone.
2. Adanya pengaruh antara perilaku konsumtif (X2) dan keputusan pembelian (Y) pada generasi Z dalam membeli produk iPhone. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif cenderung meningkatkan keputusan pembelian generasi Z untuk membeli produk iPhone.
3. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara *brand awareness* (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) pada generasi Z dalam membeli produk iPhone. Dapat disimpulkan bahwa meningkatnya *brand awareness* secara khusus dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan Keputusan Pembelian Generasi Z terhadap produk iPhone.
4. Lingkungan Sosial (X4) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), khususnya pada kalangan generasi Z dalam membeli produk iPhone. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor sosial dalam lingkungan sekitar tidak memiliki dampak yang besar atau relevan dalam menentukan pilihan pembelian produk iPhone. Meskipun lingkungan sosial dilibatkan dengan gaya hidup hedonis, perilaku konsumtif, dan *brand awareness* dalam penelitian namun dengan

menggunakan objek penelitian generasi Z dalam membeli produk iPhone menunjukkan bahwa faktor yang lebih dominan yakni gaya hidup hedonis, perilaku konsumtif, dan *brand awareness* yang berpengaruh signifikan dalam keputusan pembelian generasi Z pada produk iPhone.

## **5.2. Saran**

Dari hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah disajikan dalam penelitian ini, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

### **5.2.1 Bagi Generasi Z**

1. Peneliti menyarankan Generasi Z untuk membuat keputusan pembelian yang cerdas saat mempertimbangkan produk iPhone juga sebaiknya jangan terlalu larut dalam tren yang mungkin tidak benar-benar dibutuhkan.
2. Hindari pembelian impulsif dan pertimbangkan apakah ponsel itu benar-benar berguna dalam kehidupan sehari-hari. Cermati juga perilaku konsumtif untuk menghindari pemborosan dengan memikirkan kebutuhan, bukan hanya apa yang di inginkan.

### **5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya**

Untuk penelitian berikutnya, disarankan untuk mempertimbangkan metode penelitian dan variabel tambahan, sehingga hasil analisis yang diperoleh dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam. Dengan demikian, akan lebih memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pada Generasi Z terkait produk iPhone. Diharapkan penelitian selanjutnya yang mengadopsi metodologi yang berbeda serta melibatkan variabel-variabel yang lebih luas akan menghasilkan pemahaman yang lebih dalam dan pengetahuan yang lebih berharga bagi pembaca.