

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan data, penulis menyimpulkan tentang pengaruh gaya hidup dan tren terhadap keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh preferensi konsumen pada generasi Z di wilayah Jabodetabek sebagai berikut:

1. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup tidak memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu New Balance oleh konsumen Generasi Z di Jabodetabek. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian bisa terjadi karena gaya hidup yang terpadu dengan berbagai faktor. Seperti adanya diskon atau adanya dukungan dari orang lain saat melakukan pembelian sepatu sehingga gaya hidup tersebut terpenuhi.
2. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Tren memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. sepatu New Balance pada konsumen Generasi Z di Jabodetabek. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tren yang terjadi di masyarakat maka akan semakin tinggi juga keputusan pembelian yang dilakukan oleh Generasi Z.
3. Temuan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa gaya hidup memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen Generasi Z di wilayah J Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup seseorang akan menentukan apa preferensi mereka.
4. Temuan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa tren berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen Generasi Z di Jabodetabek. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tren yang terjadi maka akan berdampak pada preferensi konsumen Generasi Z.
5. Hasil dari penelitian mengungkapkan bahwa preferensi konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu New Balance konsumen Generasi Z di Jabodetabek. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki preferensi menggunakan

sepatu yang memiliki *design* menarik dan nyaman dapat meningkatkan keputusan pembelian sepatu New Balance.

6. Hasil dari penelitian ini menghasilkan bahwa preferensi konsumen tidak dapat memediasi hubungan antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu New Balance konsumen Generasi Z di Jabodetabek. Meskipun konsumen setuju dengan gaya hidup tertentu dan memiliki preferensi yang sejalan, keputusan pembelian mereka mungkin sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial.
7. Hasil dari penelitian ini menghasilkan bahwa preferensi konsumen dapat memediasi hubungan antara tren terhadap keputusan pembelian sepatu New Balance konsumen Generasi Z di Jabodetabek. Hal ini menunjukkan bahwa orang melakukan pembelian sepatu New Balance karena ingin mengikuti zaman dan karena mereka cocok dengan sepatu itu.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

1. Perusahaan perlu terus memahami dan menyesuaikan produk mereka dengan gaya hidup konsumen Gen Z. Mengidentifikasi aspek-aspek gaya hidup yang populer di kalangan Gen Z seperti kegiatan olahraga, fashion, dan kegiatan sosial untuk mengembangkan produk yang lebih relevan dan menarik.
2. Perusahaan harus secara aktif mengikuti dan merespons tren fashion terkini. Tren terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga merilis edisi terbatas atau kolaborasi dengan desainer terkenal dapat menarik perhatian konsumen yang fashion-conscious. Menyediakan variasi produk yang up-to-date dengan tren terkini sambil mempertahankan standar kualitas tinggi akan membantu menarik dan mempertahankan pelanggan.
3. Perusahaan perlu fokus pada peningkatan preferensi konsumen dengan menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Melakukan penelitian pasar yang mendalam dan survei reguler untuk memahami preferensi konsumen dan menyesuaikan strategi pemasaran.

4. Perusahaan dapat Mempertimbangkan kombinasi dari gaya hidup, tren, dan preferensi konsumen untuk meningkatkan keputusan pembelian. Perusahaan juga dapat memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan interaktif untuk memperkuat keputusan pembelian.
5. Perusahaan dapat mengatur strategi promosi dan diskon secara berkala untuk menarik lebih banyak konsumen. Misalnya, mengadakan flash sale, promosi musiman, atau program loyalitas untuk pelanggan setia.

5.2.2 Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti berikutnya disarankan untuk mempertimbangkan inklusi variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti aspek-aspek ekonomi, sosial, dan psikologis. Langkah ini diharapkan dapat menyediakan pemahaman yang lebih holistik tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian secara keseluruhan.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan mempertimbangkan pentingnya media sosial. Mengingat pentingnya media sosial dalam membentuk gaya hidup dan tren, peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bisa mencakup analisis tentang bagaimana konten media sosial dan influencer mempengaruhi preferensi konsumen dan keputusan pembelian.