

BAB V SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *lifestyle*, *brand image*, dan desain produk terhadap keputusan pembelian produk Roughneck 1991 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis pada variabel *lifestyle* menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh positif dan signifikan antara *lifestyle* terhadap keputusan pembelian pada produk Roughneck 1991. Banyaknya konsumen yang memilih menggunakan uangnya untuk mereflesikan kesukaan salah satunya adalah *fashion*. Dimana para konsumen Roughneck 1991 sebagian besar dari kalangan dewasa yang ingin selalu tampil *fashionable* dan menjadikan identitas diri, dimana roughneck 1991 sendiri memiliki arti pekerja yang kasar dimana setiap produknya menampilkan produk dengan yang berwarna gelap yang menjadikan ciri khas, sehingga dapat menunjukkan karakteristik konsumen Roughneck 1991.
2. Hasil analisis pada variabel *brand image* menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh positif dan signifikan antara *brand image* terhadap keputusan pembelian pada produk Roughneck 1991. Hal ini menunjukkan bahwa merek Roughneck 1991 telah mendapatkan ulasan positif yang baik dari benak konsumen, mulai dari kualitas yang bagus, desain yang simple dan produk dengan model *streetwear* yang sehingga banyak masyarakat dikebumen yang menggunakannya.

3. Hasil analisis pada variabel desain produk menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh positif dan signifikan antara desain produk terhadap keputusan pembelian pada produk Roughneck 1991. Desain produk Roughneck 1991 yang memiliki karakter yang simple dengan perpaduan gaya tulisan yang menarik, selalu mengikuti *trend*, dan memiliki model produknya yang *up to date* dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi penilaian konsumen terhadap desain produk, maka semakin tinggi juga pembelian yang dilakukan oleh konsumen.
4. Hasil analisis pada variabel *lifestyle*, *brand image*, dan desain produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Artinya *lifestyle*, *brand image*, dan desain produk secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini diusahakan semaksimal mungkin agar bisa memperoleh hasil yang terbaik, namun pada kenyataannya penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan diantaranya :

1. Penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti yaitu secara online melalui google form, namun kelemahan menggunakan google form yaitu peneliti tidak bisa berbicara langsung kepada responden dan banyak responden yang tidak bersedia untuk mengisi google form.

2. Penelitian ini terbatas hanya untuk masyarakat Kabupaten Kebumen, apabila penelitian ini dilakukan kembali pada objek yang berbeda maka kemungkinan hasil dalam penelitian selanjutnya pun akan berbeda.

5.3. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dikemukakan implikasi secara praktis dan teoritis, yaitu sebagai berikut :

5.3.1. Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan implikasi praktis bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini antara lain :

1. *Lifestyle* memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pembelian, karena masyarakat lebih cenderung mengikuti apa yang sedang populer atau sedang trend saat ini, selain itu banyaknya masyarakat yang memilih menggunakan uangnya untuk mereflesikan kesukaan salah satunya *fashion*. Sebaiknya Roughneck 1991 selalu *up to date* dengan produk atau model yang sedang digemari masyarakat agar selalu meningkatkan keputusan pembelian.
2. *Brand image* (citra merek) memiliki pengaruh paling kecil sehingga perusahaan harus tetap mempertahankan *brand image* seperti menghadirkan desain baru yang bertema *steertwear*, produk yang ditampilkan dengan berdominasi warna gelap yang menjadi ciri khas Roughneck 1991 dan meningkatkan kualitas serta

melakukan kolaborasi dengan brand lokal lainnya sehingga konsumen termotivasi untuk membeli.

3. Desain produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Roughneck 1991 sehingga perusahaan harus meningkatkan kreatifitas dan berinovasi menghadirkan desain produk dengan keragaman model, bahan, serta ukuranya. Selain itu juga tetap mempertahankan ciri khas dari Roughneck 1991 yang unik, simpel, dan mengikuti tren sesuai dengan segmen utamanya adalah kalangan dewasa yang cenderung selalu ingin tampil yang *fashionable*.

5.3.2. Implikasi Teoritis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis ada beberapa implikasi teoritis yang dapat diberikan sebagai masukan bagi peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *lifestyle* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Roughneck 1991. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi *lifestyle* maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hidayat dan Digor Mufti tahun (2022) yang menyatakan bahwa *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Erigo di Kota Sorong.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Roughneck 1991. Semakin tinggi tingkat dikenalnya merek dan reputasi pada produk Roughneck 1991 maka akan mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Ririn Winarsih dan Octaviani Gita Putri tahun (2022) yang menyatakan bahwa *brand image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Erigo di Surakarta.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Roughneck 1991. Semakin tinggi inovasi desain produk Roughneck 1991 maka peluang besar menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Helna Agustin dan Ratih Tresnati tahun (2019) yang menyatakan bahwa variabel desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Distro Rattlekid Bandung.