

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kelompok referensi, *lifestyle* dan desain produk terhadap keputusan pembelian helm Cargloss Retro di Kebumen dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini peneliti mengambil 100 responden dengan skala usia mulai 17-35 tahun.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm Cargloss Retro di Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa saran yang diberikan oleh kelompok referensi seperti teman ataupun rekan kerja mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm Cargloss Retro di Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *lifestyle* helm merek Cargloss Retro, maka akan mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
4. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm Cargloss Retro di Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa desain pada helm Cargloss Retro dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen .
5. Berdasarkan hasil pengujian secara bersama-sama kelompok referensi, *lifestyle* dan desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian. Hal tersebut diketahui dari hasil uji F dengan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 88,017 dengan tingkat signifikan $0,000 < \text{dari } 0,05$. F_{hitung} sebesar 88,017 lebih besar dari F_{tabel} 2,70. maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama kelompok referensi, *lifestyle* dan desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Helm Cargloss Retro di Kebumen.

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. Pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan relative sedikit yaitu 100 responden, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan karena penelitian ini hanya dibatasi pada masyarakat Kebumen yang memiliki helm merek Cargloss Retro. Keterbatasan yang melekat pada metode penyebaran angket atau kuisisioner yaitu peneliti tidak dapat mengontrol jawaban responden, dimana responden bisa saja tidak jujur dalam menjawab setiap pertanyaan yang disajikan dalam kuisisioner.
2. Penelitian ini terbatas pada variabel kelompok referensi, *lifestyle* dan desain produk.

5.3. Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kelompok referensi, lifestyle dan desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian helm Cargloss Retro di Kebumen, oleh karena itu implikasi praktis dari penelitian ini adalah:

1. penelitian ini menunjukkan bahwa kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm Cargloss Retro. Sebaiknya untuk para produsen membuat beberapa kegiatan *sharing* atau mengikuti semacam kegiatan pameran otomotif mengenai produk helm Cargloss sehingga sebelum memutuskan untuk membeli para calon konsumen sudah memiliki gambaran atau persepsi terhadap helm merek Cargloss karena sudah terbukti kualitas dan manfaatnya. Selain itu bagi para pengguna motor yang sudah menggunakan produk tersebut semakin percaya dan puas terhadap produk yang mereka kenakan, dan hal itu mampu membuat seseorang atau kelompok/*forum* untuk merekomendasikan suatu produk kepada orang lain. Saran yang baik dan kredibilitas atau percaya dari suatu kelompok mampu mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk helm Cargloss Retro. Sebaiknya perusahaan helm Cargloss mengembangkan lagi produknya yang lebih baik dan lebih mengikuti trend.

3. Penelitian ini menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk helm Cargloss Retro. Sebaiknya perusahaan helm Cargloss mengembangkan helm khususnya dari segi desain maupun model agar konsumen atau pengguna sepeda motor merasa apa yang dibutuhkan saat ini ada pada helm Cargloss. Karna dengan desain yang menarik dan juga harga yang terjangkau konsumen tentu akan berfikiran untuk membeli helm merek Cargloss.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis merupakan sebuah cerminan bagi setiap penelitian dimana implikasi teoritis memberikan gambaran mengenai rujukan-rujukan yang dipengaruhi dalam penelitian ini. Untuk lebih jelasnya implikasi teoritis pada penelitian ini yaitu:

1. Hasil penelitian diperoleh hasil bahwa kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada helm Cargloss Retro di Kebumen. Berdasarkan jawaban responden yang diperoleh dari hasil kuisioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang cukup tinggi terhadap variabel kelompok referensi. Hal ini membuktikan bahwa saran yang diberikan kelompok referensi, pengalaman dari kelompok referensi mampu mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen Helm Cargloss Retro di Kebumen. Konsumen Helm Cargloss merasa bahwa kelompok referensi dapat menjadikan konsumen yakin untuk

melakukan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh Sarah Fitria, Yessy Artanti (2020) menyatakan bahwa kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Hasil penelitian diperoleh bahwa *Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Helm Cargloss Retro di Kebumen. Hasil ini menjelaskan bahwa konsumen dalam membeli helm Cargloss Retro merupakan *Lifestyle* dari konsumen itu sendiri yang ingin mengikuti trend pada suatu produk. Hasil ini sesuai dengan penelitian oleh Guruh Krismanto (2021) bahwa *Lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian helm Cargloss Retro pada STIE PGRI Dewantara Jombang.
3. Hasil penelitian diperoleh bahwa Desain Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm Cargloss Retro di Kebumen. Hasil ini menjelaskan bahwa inovasi desain dalam produk mampu mempengaruhi segala hal yang ditambahkan atau dikurangkan pada suatu barang atau produk sehingga konsumen dapat merasakan produk sesuai dengan keinginannya. Desain sangat penting, semakin mengikuti perkembangan yang ada maka konsumen akan semakin tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. Hasil ini sesuai dengan penelitian oleh Yasmin Sari (2020) bahwa Desain Produk berpengaruh signifikan terhadap

keputusan pembelian sepeda motor honda beat pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.