BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini tentang analisis hubungan gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Nike (studi pada konsumen di Padang), dapat diambil kesimpulan:

1. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel *activity* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Nike. Maksud dari secara parsial adalah hanya sebagian variabel yang berpengaruh (Sugiyono, 2007). Hal ini berarti *activity* merupakan pertimbangan utama bagi pengguna sepatu olahraga merek Nike dalam melakukan keputusan pembelian.
2. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel *interest* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Nike.
3. Dari penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel *opinion* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Nike.
4. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel *activity*, *interest* dan *opinion* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Nike. Maksud dari simultan adalah keseluruhan variabel berpengaruh (Sugiyono, 2007). Hal ini berarti peningkatan *activity*, *interest* dan *opinion* akan meningkatkan keputusan pembelian sepatu olahraga merek Nike.
5. Dari variabel independen (*activity*, *interest*, *opinion*) dan variabel dependen (keputusan pembelian) yang paling besar pengaruhnya adalah keputusan pembelian.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Sehingga konsumen sepatu olahraga merek Nike di kota padang dalam penelitian ini menyatakan 70,2% variabel mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian dibuktikan dengan uji realibilitas, variabel *activity* memiliki nilai 0,881, variabel *interest* memiliki nilai 0,888, variabel *opinion* memiliki nilai 0,905 sedangkan variabel keputusan pembelian memiliki nilai 0,952. Variabel keputusan pembelian memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan variabel yang lainnya dan nilai mendekati 1.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang analisis hubungan gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Nike pada variabel *activity* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Nike, oleh karena itu perusahaan Nike harus membuat *event* atau kegiatan olahraga secara terus menerus agar bisa mempertahankan pelanggan dan bisa saja merebut pasar dari para kompetitor produsen sepatu olahraga yang lain.

Pada variabel *interest* harus dipertahankan dan ditingkatkan lagi oleh perusahaan Nike. Karena variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian para pelanggan. Beberapa indikator seperti inovasi dan promosi harus selalu dilakukan oleh perusahaan Nike agar bisa membuat konsumen menjadi nyaman dan loyal terhadap keputusan pembelian.

Pada variabel *opinion* harus dipertahankan karena pendapat konsumen terhadap sepatu olahraga merek Nike sudah baik karena menurut konsumen sepatu olahraga merek Nike nyaman. Pada setiap pertanyaan kepada konsumen memiliki poin yang tinggi. Sehingga korelasi dari setiap pertanyaan tinggi.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian yang peneliti lakukan masih memiliki berbagai kekurangan karena adanya keterbatasan yang peneliti temukan dalam penelitian ini. Adapun keterbatasan penelitian yang penulis sampaikan diakhir penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti hanya menganalisis pengaruh dari tiga variabel independen yaitu variabel *activity*, *interest* dan *opinion* terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.
2. Objek penelitian yang penulis teliti hanya pada konsumen sepatu olahraga Nike yang ada di toko sportstation.
3. Jumlah responden masih sedikit sehingga belum mewakili semua populasi pengguna sepatu olahraga Nike yang berada di kota Padang.

5.4 Saran

1. Pada penelitian yang selanjutnya dalam menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada bisnis sepatu olahraga untuk lebih menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Dalam menganalisis variabel *activity*, *interest* dan *opinion* terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga, diharapkan agar menambahkan objek lain untuk memperkuat hasil penelitian.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA