

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisa dan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka kesimpulan akhir yang menjawab rumusan masalah dan hipotesa untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan variabel gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Herbalife di Kota Padang. Hal ini menjelaskan bahwa dengan adanya pengaruh gaya hidup maka dapat menyebabkan calon konsumen akan melakukan keputusan pembelian terhadap Herbalife di Kota Padang. Keinginan untuk melakukan keputusan pembelian sangat kuat, karena konsumen menyadari bahwa Herbalife produk kesehatan yang baik dan saat ini banyak digunakan oleh masyarakat.
2. Hasil penelitian menunjukkan variabel kelompok referensi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Herbalife di kota Padang. Hal ini menjelaskan dengan adanya kelompok referensi yang dapat mempengaruhi konsumen akan membuat konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. Semakin seringnya individu atau sumber pribadi lain menceritakan hasil yang baik, maka akan semakin meningkat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.
3. Hasil penelitian menunjukkan variabel *brand image* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Herbalife. Hal ini menjelaskan bahwa *brand image* tidak dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk Herbalife.

1.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini juga mempunyai implikasi praktis karena dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam upaya untuk meningkatkan dan mengembangkan usahanya dimasa yang akan datang, yaitu:

1. Gaya Hidup, dari pihak Herbalife untuk dapat senantiasa menjaga nilai-nilai kesehatan yang ada pada setiap produknya, sehingga masyarakat semakin dapat menerapkan gaya hidup yang baik dan sehat.
2. Kelompok Referensi, dari pihak Herbalife untuk dapat selalu mengadakan penyuluhan tentang pentingnya kesehatan dan tubuh ideal melalui kelompok-kelompok yang sudah mengkonsumsi Herbalife.
3. *Brand Image*, untuk peneliti selanjutnya harus melakukan pengujian kembali apakah brand image berpengaruh atau tidak terhadap keputusan pembelian agar hasil yang didapat akurat, dan bagi pihak Herbalife harus berusaha agar dapat memenuhi harapan konsumen atas kualitas, rasa, manfaat agar *brand image* dapat terbukti pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan. Maka dari itu diharapkan pada peneliti-peneliti selanjutnya untuk lebih memperhatikan dan dapat melakukan perbaikan pada penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya dibatasi pada konsumen Herbalife yang berdomisili di Kota Padang. Maka dari itu, hasil dari penelitian ini belum tentu sama pada wilayah yang lain.
2. Penelitian ini dilakukan pada objek industri produk herbal pada Herbalife di Padang, maka dari itu hasil ini tidak dapat digeneralisasikan untuk industri lainnya.
3. Meskipun penelitian ini memberi sumbangan terhadap hasil-hasil yang telah dicapai dalam penelitian terdahulu, akan tetapi masih ada beberapa keterbatasan yang seharusnya menjadi perhatian oleh para peneliti mendatang. Keterbatasan tersebut adalah hasil penelitian *brand image* yang tidak memberikan pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu gaya hidup, kelompok referensi dan brand image.

1.3 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, misalnya variabel harga dan promosi. Hal ini dikarenakan, dalam penelitian ini variabel tersebut belum mampu menjelaskan keseluruhan yang mempengaruhi keputusan pembelian.
 - b. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk meneliti cakupan geografis yang lebih luas, untuk mendapatkan hasil yang lebih umum

terhadap faktor-faktor yang berpengaruh terhadap gaya hidup, kelompok referensidan *brand image*, serta dapat meningkatkan keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

a. Herbalife diharapkan terus melakukan upaya untuk terus memberikan inovasi pada produknya. Disamping itu herbalife juga diharapkan mampu menjaga kualitas dan manfaat dari produk-produk yang selama ini ditawarkannya kepada konsumen, sehingga dapat meningkatkan jumlah pembeliannya.

b. Herbalife diharapkan meningkatkan media sosial sebagai sarana rekomendasi yang dapat dilihat konsumen.

c. Herbalife agar selalu menyediakan persediaan produk dengan varian rasa terbaru.

d. Herbalife harus tetap selalu melakukan penyuluhan tentang produk herbal dan kesehatan. Hal ini juga yang menjadi identitas dari produk itu sendiri untuk memenuhi keinginan konsumen atas selera yang mereka miliki.

