

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh *Hedonic Shopping Value*, *Word of Mouth*, dan *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bekas Berkualitas pada Mahasiswa di Kota Madiun, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial, variabel *Hedonic Shopping Value* (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bekas Berkualitas pada Mahasiswa di Kota Madiun, sehingga hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa aspek kesenangan dan kepuasan yang dirasakan mahasiswa saat berbelanja tidak cukup kuat untuk mendorong keputusan pembelian sepatu bekas berkualitas di Kota Madiun.
2. Secara parsial, variabel *Word of Mouth* (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bekas Berkualitas pada Mahasiswa di Kota Madiun, sehingga hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat pengaruh *Word of Mouth*, maka semakin besar kemungkinan mahasiswa di Kota Madiun untuk membeli sepatu bekas berkualitas. Mahasiswa sangat dipengaruhi oleh rekomendasi dan informasi dari orang-orang terdekat serta media sosial dalam membuat keputusan pembelian.
3. Secara parsial, variabel *Lifestyle* (X_3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bekas Berkualitas pada

Mahasiswa di Kota Madiun, sehingga hipotesis ketiga diterima. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa memainkan peran penting dalam keputusan mereka untuk membeli sepatu bekas berkualitas. Mahasiswa melihat sepatu bekas berkualitas sebagai alternatif yang lebih terjangkau namun tetap *stylish* dan bernilai tinggi, sesuai dengan gaya hidup dan identitas pribadi mereka.

B. Implikasi

Pengaruh *Word of Mouth* dan kesesuaian produk dengan gaya hidup mahasiswa penting untuk meningkatkan keputusan pembelian sepatu bekas berkualitas. Pemasar sebaiknya fokus pada rekomendasi positif dan penyesuaian produk dengan gaya hidup. *Hedonic Shopping Value* tidak signifikan, sehingga strategi harus lebih mengutamakan aspek praktis dan ekonomis.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Pemasar dan Penjual Sepatu Bekas
 - a. Hendaknya fokus pada meningkatkan strategi pemasaran yang memanfaatkan rekomendasi positif dan informasi dari pelanggan, serta aktif dalam media sosial untuk memperkuat pengaruh *Word of Mouth*.
 - b. Hendaknya menyesuaikan produk dengan gaya hidup dan tren *fashion* mahasiswa, sehingga produk lebih relevan dan menarik bagi target pasar.

2. Bagi Mahasiswa

- a. Hendaknya lebih memperhatikan rekomendasi dan ulasan dari sumber terpercaya ketika memutuskan untuk membeli sepatu bekas berkualitas, agar mendapatkan produk yang sesuai dengan harapan.
- b. Hendaknya mempertimbangkan aspek kualitas dan harga dalam keputusan pembelian sepatu bekas berkualitas, serta menilai bagaimana produk tersebut sesuai dengan gaya hidup mereka.

3. Bagi peneliti lain, disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian sepatu bekas berkualitas, seperti faktor harga atau kualitas produk yang belum diteliti dalam penelitian ini.