

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan perilaku konsumtif (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) Hp Iphone. Berdasarkan hasil pengujian bisa dilihat Pengaruh variabel perilaku konsumtif (X_1) secara individual / parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Nilai T_{hitung} untuk variabel perilaku konsumtif (X_1) sebesar 4,381 terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 1,991 hal ini berarti $t_{hitung} 4,381 > t_{tabel} 1,991$, dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan perilaku konsumtif (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y).
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) Hp Iphone. Berdasarkan hasil pengujian bisa dilihat Pengaruh variabel gaya hidup (X_2) secara individual / parsial terhadap proses keputusan pembelian (Y). Nilai T_{hitung} untuk variabel gaya hidup (X_2) sebesar 4,735 terhadap proses keputusan pembelian (Y) sebesar 1,991 hal ini berarti $t_{hitung} 4,735 > t_{tabel} 1,991$, dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan gaya hidup (X_2) terhadap proses keputusan pembelian (Y).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan tersebut maka dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis, Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Hp Iphone. Hasil penelitian ini diharapkan mampu mendorong Apple untuk terus meningkatkan kualitas dari produknya sehingga merek Iphone semakin terkenal dan dicintai oleh mahasiswa pada umumnya. Apple dan juga penjual Iphone diharapkan dapat lebih mengenal target pasar yang mereka tuju, sehingga lebih mengetahui mengenai gaya hidup mahasiswa yang berbeda-beda, disamping itu dapat menjadi referensi untuk melakukan inovasi dan pengembangan terhadap produk Iphone yang sesuai dengan permintaan dan gaya hidup masa kini.
2. Bagi peneliti lain diharapkan di masa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya dan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan faktor-faktor lainnya, variabel-variabel yang berbeda, tempat yang berbeda dan lebih tepat dan tetap berhubungan dengan Hp merek Iphone dan mencari responden dengan cara yang lebih efektif dan tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam ,Muiz, "*Pengertian Primier Sekunder Tersier*", <https://www.pendidikanku.org/2018/03/pengertian-primer-sekunder-tersier.html>, diakses pada 15 April 2018.
- Al-Ghifari, *Remaja Korban Model*, Mujahid, Bandung, 2003.
- Astuti, Endang Dwi, Jurnal: "*Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda*", Samarinda: Universitas Mulawarman, 2013.
- Badan Litbang dan Diklat Departemen Agama RI, *Pembangunan Ekonomi Umat; Tafsir Al-qur'an Tematik Jakarta, Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an*, 2009.
- Hanuning Sri, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif*, Solo: Universitas Sebelas Maret, 2011.
- Hasan, Iqbal, *Metodelogi penelitiandan Aplikasinya*, Bogor, Ghalia Indonesia, 2002.
- Hoddemah, Skripsi: "*Pengaruh Budaya Konsumtif terhadap Keputusan Pembelian Handphone Android di Lingkungan Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah Surabaya*", Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2014
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: UNDIP, 2011.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013,
- Kanserina, Dias "*Pengaruh Literasi Ekonomidan Gaya Hidupterhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015*", Denpasar: Universitas Pendidikan Ganesha, 2015
- Kartikasari Didin, Zainal Arifin dan Kadarisman Hidayat, Jurnal: "*Pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Pembelian*", Malang: Universitas Brawijaya, 2013,
- Kotler, P Armstrong, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat. Jakarta,2011.

- Mahmud Machfoedz, *Pengantar Pemasaran Modern*, Unit Penerbit dan Percetakan, Yogyakarta, 2005,
- Melani ,Panjaitan Nira, Skripsi: "*Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Citra Merek terhadap Pengambilan Keputusan pembelian Produk Smartphone*", Medan: Universitas Sumatera Utara, 2017,
- Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006,
- Permatahati, Dewi Intan, "Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Acuan, dan Sikap terhadap Pembelian Produk Makanan Kemasan (Kasus Ibu Rumah Tanggadi Wilayah Perkotaan dan Perdesaan Bogor)", Bogor: Institut Pertanian Bogor
- Prawira, A. *Metodologi Penelitian Jilid I*, Yogyakarta, PT Grasindo, 2010,
- Priansa, Donni Junni, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: ALFABETA, 2016
- Puspita Ardy Dian Ayu, Jurnal: "*Pengaruh Gaya Hidup, Fitur dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Curve 9300*", Surabaya: Universitas Negeri Surabaya, 2013,
- Safira Fatimah, Skripsi: "*Hubungan Gaya Hidup dengan Intensi Membeli Telepon Seluler Pada Mahasiswa*", Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2007,
- S, Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010
- Setiadi, Nugroho J, *Perilaku Konsumen*, PT. Kencana, Bogor, 2003,
- Simamora, Bilson, *Membongkar Kotak Hitam Konsumen* , PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta,2003,
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung, ALFABETA, 2011,
- Suharsimi Arikunto, *Posedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta, Rineka Cipta,2006
- Suharyadi, dan Purwanto, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Jakarta, Selemba Empat, 2005,

- Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan*, Bandung,: Alfa Beta, 2002,
- Sumarwan, Ujang., *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia., Bogor, 2011,
- Suryoko Sri, Jurnal: "*Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Peacockoffie Semarang)*", Semarang: Universitas Diponegoro, 2016,
- Watimah, Tin Waroatul, Skripsi: "*Model Perilaku Konsumen terhadap Pembelian Handphone Menurut Teori Konsumsi Islam*", Semarang: UIN WaliSongo, 2015,
- Winardi, *Kepemimpinan dan Manajemen*, PT Rineka Cipta, Jakarta,2010,
- Winarto Surahmat, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Bandung, Tarsito, 1994,
- Akses Internet :
- <https://www.apple.com/id/iphone/sejarah-apple-iphone>, diakses tgl 15 Juli 2018.
- <https://www.apple.com/id/iphone/produk-apple-iphone>, diakses tgl 15 Juli 2018.
- <https://technobusiness.id/2017/08/15/data/membaca-naik-turun-angka-penjualan-apple-iphone/>,diakses tgl06 April 2018.