

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* dan *Shopping Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen album fisik K-pop Enhypen pada Engene DKI Jakarta, maka kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel *Hedonic Shopping Motivation* (X1) dan *Shopping Lifestyle* (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang dapat dibuktikan dengan hasil uji F atau uji hipotesis secara simultan. Besarnya pengaruh dengan melihat nilai koefisien determinasi yaitu sebesar 67,2%
2. Variabel *Hedonic Shopping Motivation* (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang dibuktikan dengan hasil uji t atau uji hipotesis secara parsial. Besarnya pengaruh dengan melihat nilai koefisien determinasi yaitu sebesar 46,5%.
3. Variabel *Shopping Lifestyle* (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang dibuktikan dengan hasil uji t atau uji hipotesis secara parsial. Besarnya pengaruh dengan melihat nilai koefisien determinasi yaitu sebesar 63,1%.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dijelaskan dipembahasan serta kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat peneliti berikan, sebagai berikut:

1. Adapun dilihat dari hasil analisis deskriptif atas indikator *Hedonic Shopping Motivation* yang memiliki nilai terendah dan tertinggi perlu ditingkatkan dan serta dipertahankan:
 - a. *Hedonic Shopping Motivation* nilai 3,44 dengan kategori baik, maka Engene perlu meningkatkan *Hedonic Shopping Motivation* membeli album fisik k-pop Enhypen ketika saat ada mendapatkan *benefit gift* saja
 - b. *Hedonic Shopping Motivation* nilai 4,48 dengan kategori sangat baik, maka Engene terus meningkatkan *Hedonic Shopping Motivation* membeli album k-pop Enhypen untuk kesenangan pribadi.
2. Adapun dilihat dari hasil analisis deskriptif atas indikator *Shopping Lifestyle* yang memiliki nilai terendah dan tertinggi, perlu ditingkatkan dan serta dipertahankan:
 - a. *Shopping Lifestyle* nilai 3,73 dengan kategori baik, maka *Shopping Lifestyle* Enngene perlu melakukan pemahaman mendalam pada saat membeli album k-pop Enhypen untuk mengisi waktu luang, misalnya pada saat liburan di waktu yang kosong untuk sebagai *self rewards*
 - b. *Shopping Lifestyle* nilai 5,08 dengan kategori sangat baik *Shopping Lifestyle* Engene terus meningkat dikarenakan sangat jelas sebagai

salah satu bukti untuk mensupport Enhypen atas kerja keras selama pembuatan lagu, kualitas album, tema konsep albumnya yang sangat menarik. Sehingga Engene membeli album K-pop Enypen tersebut.

3. Adapun dilihat dari hasil analisis deskriptif atas indikator Keputusan Pembelian yang memiliki nilai terendah dan tertinggi, perlu ditingkatkan dan serta dipertahankan:

- a. Keputusan Pembelian nilai 3,61 dengan kategori baik maka Keputusan Pembelian Engene perlu melakukan lebih mendalam pada saat memutuskan berapa banyak jumlah album k-pop Enhypen yang akan dipilih untuk dibeli.
- b. Keputusan Pembelian nilai 4,67 dengan kategori sangat baik maka Keputusan Pembelian Engene dalam memutuskan membeli album k-pop Enhypen secara waktu relatif lama terus meningkat.