

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh *shopping lifestyle*, *brand love* dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian pada produk fashion Erigo di Instagram, Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Shopping lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk fashion Erigo di Instagram
2. *Brand love* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk fashion Erigo di Instagram
3. *Brand trust* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk fashion Erigo di Instagram
4. *Shopping lifestyle*, *brand love* dan *brand trust* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk fashion Erigo di Instagram

4.2 Saran

4.1.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran Erigo, maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menyarankan Erigo, untuk meningkatkan status sosial, dan Erigo perlu memproduksi produk-produk yang mengikuti *trend fashion* yang berkembang sehingga meningkatkan keputusan pembelian
2. Menyarankan Erigo, untuk memproduksi produk yang *limited edition* sehingga konsumen merasa bangga menggunakan produk Erigo yang akan berdampak pada peningkatan keputusan pembelian
3. Menyarankan Erigo, untuk memproduksi produk dengan bahan yang berkualitas, sehingga konsumen merasa lebih percaya diri untuk menggunakannya yang akan berdampak peningkatan keputusan pembelian.

4.1.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini menggunakan variabel pengaruh *shopping lifestyle*, *brand love* dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian. Untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur menambahkan variabel lain dan menbah jumlah sampel.