

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk Keputusan Pembelian produk TR90 Nu Skin di Surabaya serta beberapa pembahasan hasil yang dikemukakan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk TR90 Nu Skin di Surabaya dapat diterima dengan maka tidak signifikan (positif). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Aktivitas atau kegiatan pada Gaya Hidup masyarakat terhadap Keputusan Pembelian pada TR90 Nu Skin di Surabaya.
2. Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk TR90 Nu Skin di Surabaya dapat diterima dengan maka signifikan (positif).
3. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk TR90 Nu Skin di Surabaya dapat diterima dengan maka signifikan (positif).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dan dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan antara lain sebagai berikut:

1. Diharapkan dapat memperhatikan Aktivitas atau kegiatan pada Gaya Hidup masyarakat terhadap Keputusan Pembelian pada TR90 Nu Skin di Surabaya.
2. Diharapkan dapat memperhatikan Promosi pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik Promosi yang dilakukan perusahaan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Whatsapp, maka akan sangat mempengaruhi keputusan pembelian pada TR90 Nu Skin di Surabaya.
3. Diharapkan dapat memperhatikan Kualitas Produk pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik *performance* produk atau penampilan produk dari TR90 Nu Skin di Surabaya akan semakin menarik perhatian konsumen dalam membeli dan mengonsumsi TR90 Nu Skin di Surabaya.
4. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel – variabel lainnya dan periode dalam penelitian agar dapat memperluas penelitian dan mendapatkan hasil yang relevan