

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
2. Variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli
3. Variabel minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
4. Variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Hasil TCR menunjukkan bahwa pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian fashion thrifting di Kota Padang masih dapat ditingkatkan, terutama pada aspek kesesuaian produk dengan minat dan kebutuhan konsumen (89,58) serta bagaimana merek memengaruhi persepsi berdasarkan gaya hidup (87,76). Untuk itu, merek dapat lebih menyesuaikan produk dengan tren komunitas tertentu, seperti pecinta vintage atau streetwear. Selain itu, strategi komunikasi perlu diperkuat dengan menampilkan kesesuaian produk dengan gaya hidup target melalui media sosial, testimoni, dan kolaborasi dengan influencer. Dengan

pendekatan ini, diharapkan konsumen semakin terdorong untuk memilih produk yang selaras dengan gaya hidup mereka.

2. Hasil TCR menunjukkan bahwa dua pernyataan dengan skor terendah adalah harga produk memengaruhi minat beli (84,64) dan memperhatikan merek sebelum membeli (87,24). Untuk meningkatkan pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel mediasi, merek fashion thrifting di Kota Padang dapat menerapkan strategi berikut: Pertama, menyesuaikan strategi harga dengan menawarkan paket bundling atau diskon bagi pelanggan setia agar harga tidak menjadi penghalang bagi minat beli. Kedua, memperkuat branding dengan menonjolkan identitas dan nilai yang selaras dengan gaya hidup konsumen, seperti keberlanjutan atau keunikan produk thrifting. Dengan strategi ini, minat beli dapat meningkat, yang pada akhirnya berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian fashion thrifting di Kota Padang.
3. Untuk peneliti yang akan dilakukan dimasa mendatang sebaiknya menambahkan variabel lain lainnya untuk memperbagus hasil penelitian selanjutnya.