

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah di dapat pada pengaruh *utilitarian shopping motivation*, *hedonic shopping motivation*, dan *patronage buying motive* terhadap keputusan pembelian kosmetik pada Toko Sehat Cantik Mojosari, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial , hasil penelitian ini menyimpulkan *utilitarian shopping motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik pada toko Sehat cantik di kota Mojosari dengan tingkat kesalahan 5%, karena dari hasil hipotesis menjelaskan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
2. Secara parsial , hasil penelitian ini menyimpulkan *Hedonic Shopping Motivation* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Toko Sehat Cantik Mojosari dengan tingkat kesalahan 5%, karena hasil hipotesis menjelaskan bahwa nilai signifikansi $0,301 > 0,05$.
3. Secara parsial , hasil penelitian ini menunjukkan *patronage buying motive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik pada Toko Sehat Cantik Mojosari dengan tingkat kesalahan 5% nilai signifikansi $0,000 > 0,05$.

B. Saran

1. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan hendaknya senantiasa menjual kosmetik dengan kualitas yang baik, tidak cacat dan dengan pelayanan terbaik serta lebih memperbaiki dan memberikan fasilitas yang lebih baik pula karena konsumen kosmetik saat ini lebih detail dalam mendapatkan produk yang mereka inginkan. Konsumen juga akan cenderung membeli produk di tempat yang lebih nyaman dengan fasilitas yang memadai. Selain itu perusahaan juga harus menarik konsumen dengan gaya hidup hedonis yang sebenarnya dimiliki oleh setiap orang. Meskipun dalam penelitian ini motif hedonis tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, namun motif tersebut akan sangat berpengaruh terhadap penjualan perusahaan. Maka dari itu perusahaan seharusnya membuat konsumen melakukan pembelian tidak hanya karena motivasi utilitarian saja, tetapi juga bagaimana cara konsumen akan tertarik dengan produk yang dijual tanpa bertindak secara rasional.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya yang ingin meneliti hal yang serupa dengan penelitian ini atau melanjutkan penelitian ini diharapkan mampu memperluas dan mengembangkan penelitian terhadap faktor atau variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik pada toko sehat cantik. Metode penelitian juga dapat dikembangkan menjadi lebih luas agar nantinya hasil penelitian akan lebih akurat dan terpercaya.