

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilatarbelakangi masalah intensi membeli produk *fashion* tiruan bermerek eksklusif pada remaja putri. Intensi membeli produk *fashion* tiruan bermerek eksklusif tersebut diperkirakan berkaitan dengan gaya hidup *brand minded*. Apabila remaja putri memiliki gaya hidup *brand minded* diperkirakan memiliki hubungan positif dengan intensi membeli produk *fashion* tiruan bermerek eksklusif.

Variabel terikat dalam penelitian adalah intensi membeli produk *fashion* tiruan bermerek eksklusif dan variabel bebasnya adalah gaya hidup *brand minded*. Penelitian ini ingin melihat adanya hubungan antara kedua variabel. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini berbunyi terdapat hubungan positif antara gaya hidup *brand minded* dengan intensi membeli produk *fashion* tiruan bermerek eksklusif pada remaja putri.

Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan menggunakan 100 orang remaja putri sebagai respondennya. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode data primer yang menggunakan skala likert, kemudian skala yang digunakan merupakan skala tryout terpakai. Selanjutnya analisa data dilakukan dengan menggunakan analisis product moment.

Hasil analisis data penelitian menyebutkan bahwa tidak ada hubungan antara gaya hidup *brand minded* dengan intensi membeli produk *fashion* tiruan bermerek eksklusif pada remaja putri. Karena hasil menunjukkan tidak ada hubungan, berarti gaya hidup *brand minded* tidak berpengaruh terhadap intensi membeli produk *fashion* tiruan bermerek eksklusif pada remaja putri.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, penulis memberikan saran-saran kepada peneliti lain yang tertarik meneliti mengenai variabel yang sama. Saran tersebut dapat dijadikan pertimbangan bagi peneliti lain yang akan meneliti di bidang yang sama .

Untuk peneliti selanjutnya yang ingin membuat penelitian sejenis, maka disarankan agar :

a. Mengingat banyak faktor-faktor lain yang juga mempengaruhi intensi membeli produk *fashion* tiruan bermerek eksklusif selain gaya hidup, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti faktor-faktor tersebut seperti konfromitas, citra diri, pengetahuan produk, dan lain sebagainya. Seperti halnya jenis kelamin, karena dalam penelitian ini hanya meneliti remaja putri, disarankan untuk peneliti selanjutnya juga meneliti remaja putra. Melihat remaja putra cukup banyak yang saat ini mementingkan

penampilannya sehingga dapat memicu munculnya intensi membeli produk *fashion* tiruan bermerek eksklusif.

b. Penelitian ini juga dapat dikembangkan melalui penelitian dengan subyek wanita dan pria dewasa yang sudah bekerja karena pada subyek tersebut kemungkinan menganut gaya hidup *brand minded* lebih besar dibandingkan remaja putri yang belum memiliki penghasilan sendiri, sehingga dapat memberikan pengaruh terhadap hasil penelitian

c. Memfokuskan penelitian kepada satu merek saja sehingga pengukuran dapat dilakukan kepada subyek yang memiliki intensi terhadap satu merek tersebut. Dengan demikian pengukuran dapat dilakukan dengan lebih efektif dan memberikan pengaruh terhadap hasil penelitian.