

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang determinan minat beli produk *fashion thrift shopping* dikalangan remaja Kota Cirebon dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel harga terhadap minat beli menunjukan bahwa t_{hitung} 8,476 dengan t_{tabel} 1,966 dengan nilai signifikansi 0,000 nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari pada 0,05 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat dikatakan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk *fashion thrift shopping* di kalangan remaja Kota Cirebon.
2. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel *self image* terhadap minat beli menunjukan bahwa t_{hitung} 9,022 dengan t_{tabel} 1,966 dengan nilai signifikansi 0,000 nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari pada 0,05 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat dikatakan *self image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk *fashion thrift shopping* di kalangan remaja Kota Cirebon.
3. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel *lifestyle* terhadap minat beli menunjukan bahwa t_{hitung} 4,715 dengan t_{tabel} 1,966 dengan nilai signifikansi 0,000 nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari pada 0,05 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat dikatakan *lifestyle* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk *fashion thrift shopping* di kalangan remaja Kota Cirebon.
4. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel harga, *self image*, *lifestyle* terhadap minat beli menunjukan bahwa F_{hitung} 129,747 dengan F_{tabel} 2,627 dengan nilai signifikansi 0,000 nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari pada 0,05 yang artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dikatakan harga, *self image*, *lifestyle* bersama-sama secara simultan mempengaruhi minat beli pada produk *fashion thrift shopping*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka terdapat beberapa saran yang ingin disampaikan peneliti yaitu sebagai berikut:

- 1) Bagi Produsen, sebaiknya selalu mengedepankan produk yang berkualitas untuk dipasarkan ke konsumen agar konsumen merasa puas dengan produk yang dibelinya. Hal ini dapat dilakukan dengan cara: Pertama, memperbanyak model *outfit* yang disediakan serta meningkatkan kualitas produk mereka agar persepsi konsumen akan terus meningkat secara positif. Kedua, selalu mengupgrade model produk sesuai dengan *style* yang sedang trend dikalangan konsumen. Ketiga, sebaiknya menambah perantara atau *reseller* karena dengan penambahan jumlah reseller dapat membantu meningkatkan penjualan serta membantu penambahan daerah pemasaran yang dimiliki produsen.
- 2) Bagi Konsumen, sebaiknya konsumen harus pintar dalam hal memilih kualitas produk karena produk yang dijual *second* atau barang bekas habis dipakai. Seta konsumen harus selalu melihat ke higenisan produk *second* tersebut. agar selalu memperhatikan kualitas produk yang akan dibeli dan digunakannya. Konsumen seharusnya lebih detail memilih produk *second* yang akan dibelinya, jangan hanya karena harganya murah jadi langsung dipilih untuk dibeli dan dikenakan.
- 3) Bagi Peneliti, selanjutnya diharapkan untuk memperluas penelitiannya sehingga diperoleh informasi yang lebih peneliti sejenis dengan variasi teori yang beragam serta objek penelitian yang berbeda. Bagi peneliti selanjutnya yang berminat dengan outfit *second* disarankan untuk mencari faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti faktor harga, *self image* dan *lifestyle* agar mampu menghasilkan gambaran yang luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti.