

## BAB V

### SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

#### A. Simpulan

Hasil dari penelitian ini tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dan minat pembelian terhadap produk *fashion* merek tiruan yang dilakukan kepada mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Adapun hasil penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

1. Status konsumsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk *fashion* merek tiruan melalui sikap konsumen pada produk tiruan.
2. Kesadaran nilai berpengaruh tidak signifikan terhadap minat pembelian produk *fashion* merek tiruan melalui sikap konsumen pada produk tiruan.
3. Perbandingan kualitas-harga berpengaruh tidak signifikan terhadap minat pembelian produk *fashion* merek tiruan melalui sikap konsumen pada produk tiruan.
4. Pengaruh sosial seseorang berpengaruh tidak signifikan terhadap minat pembelian produk *fashion* merek tiruan melalui sikap konsumen pada produk tiruan.
5. Sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian pada produk *fashion* merek tiruan.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Peneliti menyadari adanya keterbatasan dalam penelitian ini. Penelitian ini mempunyai enam variabel yaitu status konsumsi, kesadaran nilai, perbandingan kualitas-harga, pengaruh sosial, sikap konsumen dan minat pembelian. Adanya keterbatasan dalam penelitian ini yaitu ada dalam variabel minat pembelian yang sulit di pahami oleh konsumen dalam arti hanya berkeinginan untuk membeli. Hal tersebut membuat konsumen sulit untuk memahami karena sebagian konsumen ada yang telah memutuskan untuk membeli.

## **C. Saran**

Adapun saran untuk peneliti selanjutnya yaitu, sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih luas lagi untuk mengetahui seberapa pentingnya produk tiruan bagi konsumen.
2. Peneliti selanjutnya melakukan penelitian dengan obyek yang berbeda seperti sepatu, pakaian, jam tangan, perhiasaan dan produk berbahan kulit.
3. Peneliti selanjutnya dapat mengganti variabel minat pembelian menjadi variabel keputusan pembelian untuk memudahkan penelitian dan untuk lebih memastikan penelitian selanjutnya.