

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan hubungan positif antara kelompok referensi dengan minat beli pada generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengaruh kelompok referensi maka semakin tinggi pula minat beli pada generasi Z, sebaliknya semakin rendah pengaruh kelompok referensi maka semakin rendah pula minat beli pada generasi Z. Adapun variabel kelompok referensi memberikan sumbangan efektif sebesar 43,3% terhadap minat beli sedangkan sisanya sebesar 56,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya dari variabel minat beli yang dalam penelitian ini tidak diperhatikan. Faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi minat beli diantaranya seperti faktor kebudayaan, sosial dan pribadi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut.

1. Bagi subjek

Berdasarkan hasil penelitian, bagi generasi Z disarankan untuk lebih mempertimbangkan dalam memilih kelompok pertemanan. Kelompok

pertemanan sebagai salah satu bentuk kelompok referensi yang akan mempengaruhi perilaku seseorang termasuk minat beli *online*. Sebaiknya generasi Z dapat mempertimbangkan pemilihan kelompok pertemanan yang berpengaruh baik terhadap dirinya seperti bijak menggunakan teknologi salah satunya belanja *online* dengan sesuai kebutuhan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi para peneliti selanjutnya yang berminat melakukan penelitian dengan topik yang sama dengan penelitian ini diharapkan lebih menetapkan batasan pada permasalahan utama seperti pembelian produk pada toko *online* tertentu, subjek penelitian harus lebih spesifik seperti pelajar atau seseorang yang sudah bekerja karena kebutuhan masing-masing orang berbeda satu sama lain, dan pada pembuatan alat ukur skala lebih berhati-hati agar mengungkap secara lebih detail peran atau pengaruh dari kelompok referensi.