

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dapat dipaparkan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan sebafei berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian parsial, kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Pernyataan tersebut dibuktikan pada hasil uji t dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,954 dan nilai signifikansi sebesar 0,342. Ini berarti nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,954 < 1,98580$) dan nilai signifikansi $> 0,05$. Baik tidaknya kualitas produk yang diberikan oleh hijab Rabbani tidak memberikan pengaruh yang besar bagi pelanggan untuk tetap memiliki hak keputusan pembelian terhadap hijab Rabbani. Namun, dari hasil jawaban responden dalam kuesioner mengenai variabel kualitas produk, dilihat dari dimensi estetika. Hijab Rabbani masih rendah dalam memberikan nilai estetika pada produk hijabnya, sehingga menyebabkan konsumen kurang melihat nilai estetika dari bentuk, warna, model, hingga logo dari hijab Rabbani.
2. Berdasarkan hasil uji parsial, harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Pernyataan tersebut dibuktikan pada hasil uji t dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,843 dengan nilai signifikansi sebesar 0,068. Ini berarti nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,843 < 1,98580$) dan nilai signifikansi $> 0,05$. Jika hijab Rabbani menaikkan harganya maka akan menurunkan keputusan pembelian konsumen terhadap hijab Rabbani.
3. Berdasarkan hasil pengujian parsial, *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pernyataan tersebut dibuktikan pada hasil uji t dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,108 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Ini berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,108 > 1,98580$) dan nilai signifikansi $< 0,05$. *Brand image* adalah aspek yang memberikan pengaruh besar terhadap keputusan pembelian. *Membranding* sebuah produk dengan baik dan benar memberikan dampak positif dan pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap hijab Rabbani.

B. Saran-saran

Saran dari peneliti yang diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam hasil penelitian ini. Saran yang disampaikan sebagai berikut:

1. Jika peneliti lain hendak melakukan penelitian dengan topic yang sama hendaknya lebih memperbanyak butir-butir pertanyaan pada setiap indikatornya.
2. Untuk penelitian-penelitian selanjutnya dengan pengambilan variabel dependen yang sama seperti penelitian ini yaitu keputusan pembelian, hendaknya menambahkan variabel independen lain seperti kepuasan pelanggan dan lain sebagainya.
3. Bagi peneliti lain yang hendak melakukan penelitian dengan subjek Pengguna Hijab Rabbani hendaknya melakukan penelitian pada objeknya juga atau outlet-outlet yang terdekat.

