

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang kualitas produk, *celebrity endorser* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian hijab pada Zoya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hijab mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus di Zoya, sehingga semakin baik Kualitas produk yang ada, maka akan meningkatkan keputusan pembelian hijab mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus di Zoya. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian. Sehingga semakin baik Kualitas produk yang ada, maka akan meningkatkan keputusan pembelian hijab mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus di Zoya.
2. *Celebrity endorser* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hijab mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus di Zoya, sehingga semakin berkualitas *Celebrity endorser* yang ada, maka akan meningkatkan keputusan pembelian hijab Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus di Zoya. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa adanya strategi *Celebrity endorser* akan meningkatkan keputusan pembelian hijab pada konsumen hijab di Zoya.
3. *Brand image* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hijab mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus di Zoya, sehingga semakin baik *brand image* yang ada, maka akan meningkatkan keputusan pembelian hijab mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus di Zoya. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa adanya strategi *brand image* akan meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen hijab di Zoya.

4. Kualitas produk, *Celebrity endorser* dan *Brand image* memiliki pengaruh simultan atau memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada pembelian hijab mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus 2017 di Zoya, sehingga semakin baik kualitas produk *Celebrity endorser* dan *Brand image* akan meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen hijab di Zoya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagi perusahaan, penelitian ini bisa memberikan bahan masukan atau pertimbangan dalam menerapkan strategi keputusan pembelian bagi konsumen untuk menghadapi persaingan yang sangat ketat. Perusahaan diharap terus kreatif dalam merancang strategi pemasaran dalam upaya untuk menarik konsumen agar melakukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis pada bidang manajemen pemasaran.
2. Bagi peneliti selanjutnya, supaya bisa menambah variabel yang lainnya. Sebab variabel yang digunakan mungkin hanya sebagian dari variabel-variabel yang ada dan kurang lengkap.