

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan dari penelian ini untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kepribadian merek dan religiusitas terhadap minat pembelian Hijab Rawis pada Mahasisiwi IAIN Kudus. Penelitian memiliki responden sebanyak 234 orang. Kesimpulan yang dapat peneliti kemukakan dari hasil analisis statistik yang sudah dilakukan antara lain:

1. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian Hijab Rawis pada Mahasisiwi IAIN Kudus. Semakin tinggi gaya hidup maka akan semakin tinggi minat pembelian Masiswi IAIN Kudus.
2. Kepribadian merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian Hijab Rawis pada Mahasisiwi IAIN Kudus. Semakin tinggi kepribadian merek maka akan semakin tinggi minat pembelian Masiswi IAIN Kudus.
3. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian Hijab Rawis pada Mahasisiwi IAIN Kudus. Semakin tinggi religiusitas maka akan semakin tinggi minat pembelian Masiswi IAIN Kudus.
4. Gaya hidup, kepribadian merek dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian Hijab Rawis pada Mahasisiwi IAIN Kudus secara berganda.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan serta keterbatasan penelitian diatas maka saran untuk penelitian selanjutnya meliputi :

1. Dalam meningkatkan minat pembelian hijab rawis pada konsumen termasuk mahasiswi IAIN Kudus diperlukan inovasi-inovasi dan kualitas bahan yang baik agar menciptakan sebuah merek yang mampu bersaing dalam pasar hijab. Menciptakan kepribadian merek pada konsumen membutuhkan tahapan-tahapan yang bersinggungan langsung dengan konsumen seperti

- kegiatan promosi, bahan berkualitas, motif yang lengkap dll.
2. Bagi peneliti lain yang ingin meneliti mengenai minat pembelian dapat menambah variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap minat pembelian.

