

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran mahasiswa IAIN Kudus angkatan 2018 terhadap *life style* dan *brand* Sov-Hijab dalam minat beli ulang konsumen, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa ada alasan mengapa mahasiswa menggunakan gaya hidup dan *brand* dan juga ada beberapa peran gaya hidup dan *brand* untuk meningkatkan minat beli ulang

1. Alasan Mahasiswa IAIN Kudus Prodi MBS Angkatan 2018 merek (*brand*) Sov-Hijab dalam peningkatan minat beli (*Purchase Intention*) yaitu saat ini hijab sekarang sudah berkembang dan tidak dikatakan lagi ketinggalan zaman dan hijab sekarang memiliki model yang bagus dan varian warna yang banyak serta harga juga sesuai dengan kemampuan mahasiswa untuk membelinya sehingga mahasiswa yang mengikuti gaya hidup hijab tetap terlihat cantik dalam berhijab.
2. Terdapat peran gaya hidup dan *brand* untuk dijadikan tren *fashion* jilbab di kalangan Mahasiswa IAIN Prodi Manajemen Bisnis Syariah khususnya angkatan 2018 sebagai berikut:
 - a. Kepuasan konsumen
 - b. Brand atau merek terhadap minat beli ulang
 - c. Harga untuk meningkatkan minat beli ulang
 - d. Pengalaman konsumen

B. Saran

Sebagai Mahasiswa IAIN Kudus Prodi Manajemen Bisnis Syariah, kita harus pintar-pintar dalam melihat model, dan varian gaya *life style* dan *brand*. Jangan sampai setiap *brand* dan *life style* yang berkembang sekarang di kalangan mahasiswa selalu minat beli ulang dan cukup mengeluarkan dana yang cukup tetapi kita memperhatikan *brand* nya dalam produk jilbab tersebut.

C. Penutup

Alhamdulillahirobbil Alamin atas segala nikmat dan karunia yang diberikan Allah SWT, skripsi ini dapat diselesaikan oleh penulis. Dengan penuh kesadaran penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Dengan demikian apabila ada kekurangan serta kekhilafan dari skripsi ini. Dari penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya. Maka dari itu kritik dan saran yang membangun sangat membantu dalam kesempurnaan skripsi ini. Semoga bermanfaat untuk kita semua. Amiin.

