

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan pengujian yang dilakukan peneliti tentang pengaruh religiusitas, gaya hidup dan sosial media *marketing* terhadap minat beli produk *moslem fashion* di Butik Icha Collection Kalinyamatan Jepara. sehingga bisa ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Variabel religiusitas (X1) tidak berpengaruh terhadap minat beli produk *moslem fashion* di Butik Icha Collection Kalinyamatan Jepara. Hal ini dapat dibuktikan adanya  $t_{hitung} 0,723 < t_{tabel} 1,971$  dengan nilai Sig  $> 0,05$  ( $0,470 > 0,05$ ). Maka semakin tinggi variabel religiusitas belum tentu menjadikan orang semakin memperhatikan *moslem fashion* seperti jilbab yang dipakai dalam anak-anak remaja, ibu-ibu pengajian, dan artis. Perkembangan di masa kini menjadi pandangan bahwa perempuan memakai jilbab hanya terlihat cantik, mencolok atau mewah saja.
2. Variabel gaya hidup (X2) berpengaruh terhadap minat beli produk *moslem fashion* di Butik Icha Collection Kalinyamatan Jepara. Hal ini dapat dibuktikan adanya  $t_{hitung} 4,701 > t_{tabel} 1,971$  dengan nilai Sig  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Maka gaya hidup memiliki peranan penting dalam memutuskan untuk membeli suatu produk serta jasa dan memiliki simbol dalam berbusana muslim saat ini sebagai identitas diri penutup aurat, khususnya bagi wanita pada kehidupan sehari-hari agar tampil mengekspresikan dalam memakai produk *moslem fashion*.
3. Variabel sosial media *marketing* (X3) berpengaruh terhadap minat beli produk *moslem fashion* di Butik Icha Collection Kalinyamatan Jepara. Hal ini dapat dibuktikan adanya  $t_{hitung} 6,370 > t_{tabel} 1,971$  dengan nilai Sig  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Maka semakin meningkat sosial media *marketing* seorang individu sehingga dia akan lebih selektif dalam memilih sosial media *marketing* sebagai media yang dapat memberikan informasi, pelayanan, *feedback* bagi konsumen dalam minat beli produk *moslem fashion* Butik Icha Collection.

### B. Saran

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilaksanakan peneliti memberikan saran sebagai masukan serta bahan

pertimbangan. Mengenai saran yang bisa diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Butik Icha Collection Kalinyamatan Jepara
  - a. Diketahui dari hasil olah data terhadap variabel religiusitas, hasil yang paling rendah adalah item pertanyaan tentang keyakinan dasar pada Agama Islam. Pihak Butik Icha Collection diharapkan menciptakan inovasi produk *moslem fashion* dengan cara menyakinkan bahwa butik tersebut mampu meningkatkan kualitas minat beli pada para konsumen melalui syariat ajaran Islam.
  - b. Diketahui dari hasil olah data terhadap variabel gaya hidup, hasil paling rendah adalah item pertanyaan tentang produk *moslem fashion* mendorong keinginan untuk beraktivitas. Bagian Butik Icha Collection diharapkan menambah *trend* model *moslem fashion* sesuai perkembangan saat ini, agar butik tersebut tidak terkalahkan oleh produk-produk lainnya.
  - c. Diketahui dari hasil olah data terhadap variabel sosial media *marketing*, hasil yang paling rendah adalah item pertanyaan mengenai menawarkan informasi. Pihak Butik Icha Collection diharapkan meningkatkan sosialisasi dan mempublikasi dengan lebih banyak lagi pada akun sosial media mengenai produk-produk yang diperjualbelikan supaya meningkatkan volume penjualan tiap perbulannya.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
  - a. Untuk peneliti selanjutnya, hendaknya peneliti bisa memperluas informasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli produk *moslem fashion* di Butik Icha Collection.
  - b. Dapat menambah atau menggunakan variabel-variabel yang berhubungan dengan minat beli produk *moslem fashion* di Butik Icha Collection. Dikarenakan pada penelitian ini, hanya digunakan sebagian dari variabel yang ada.