

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan analisis data yang telah dilakukan mengenai pengaruh *islamic branding*, *celebrity endorser*, dan kualitas produk terhadap minat beli maka dapat diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. *Islamic branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Ar Rafi pada masyarakat di kota Kudus, dibuktikan oleh hasil $t_{hitung} 9,553 > t_{tabel} = 1,968$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
2. *Celebrity endorser* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Ar Rafi pada masyarakat di kota Kudus, dibuktikan oleh hasil $t_{hitung} 4,924 > t_{tabel} = 1,968$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. Kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Ar Rafi pada masyarakat di kota Kudus, dibuktikan oleh hasil $t_{hitung} 3,829 > t_{tabel} = 1,968$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Penelitian ini berkontribusi pengaruhnya terhadap minat beli sebesar 52% yang dilambangkan dari nilai *R square* sebesar 0,052, dimana faktor yang berpengaruh tersebut ialah *islamic branding*, *celebrity endorser*, dan kualitas produk. Sisanya sebesar 42% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Semakin tinggi nilai *islamic branding*, semakin baik penggunaan *celebrity endorser* serta semakin tinggi kualitas produk yang dimiliki perusahaan, maka akan semakin banyak pula minat konsumen dalam membeli produk.

B. Keterbatasan

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Waktu penelitian yang relatif singkat menyebabkan peneliti hanya melakukan penelitian di kota Kudus.
2. Tanggapan responden yang diperoleh terhadap survey yang dilakukan kurang luas, hanya berasal dari kota Kudus.

C. Saran

Berdasar pada hasil penelitian dan analisis data yang sudah dilakukan, membuat peneliti bermaksud menyampaikan

sedikit saran kepada beberapa pihak yang terkait yaitu sebagai berikut.

1. Bagi Perusahaan Ar Rafi
 - a. Perusahaan Ar Rafi disarankan untuk tetap menjaga citra baik merek islami dan menerapkan atau meningkatkan nilai-nilai islam dalam kegiatan operasionalnya sebagai salah satu brand *fashion muslim* di indonesia, serta menyusun strategi branding yang sesuai dengan perkembangan pasar.
 - b. Perusahaan Ar Rafi disarankan untuk tetap menerapkan strategi *celebrity endorser* guna memperluas promosi secara efektif dan efisien melalui iklan yang dilakukan sang selebriti pendukung.
 - c. Menyarankan bagi perusahaan Ar Rafi untuk tetap konsisten menjaga mutu kualitas produknya, serta meningkatkannya dan selalu *update* sesuai dengan permintaan pasar.
2. Bagi Konsumen
 - a. Konsumen disarankan untuk lebih selektif dan memperhatikan produk yang akan dibeli.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Peneliti selanjutnya disarankan menambah variabel lain untuk diteliti yang kemungkinan juga berpengaruh terhadap minat dalam membeli sebuah produk.
 - b. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melengkapi kekurangan dalam penelitian ini, misalnya menambah referensi teori tentang kajian ilmu pengetahuan dan implikasinya.