

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Setelah penulis mengadakan penelitian terhadap variabel *brand image* dan *life style* terhadap keputusan pembelian busana muslim produk Zoya, berdasarkan hasil uraian dan analisa data yang penulis peroleh melalui wawancara, angket, maka berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

Brand image berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari hasil uji persial atau uji t. Diperoleh nilai t tabel sebesar 1,993. Dan ρ value sebesar 0.001 yang berada di bawah 5% tingkat signifikansi. Ini berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,548 > 1,993$) maka H_0 ditolak, artinya bahwa *brand image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim produk Zoya. Nilai dari t hitung positif maka pengaruh yang terjadi adalah positif, artinya semakin tinggi *brand image* semakin meningkatkan keputusan pembelian busana muslim produk Zoya. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh antara *brand image* terhadap keputusan pembelian, hal ini sejalan dengan mayoritas jawaban responden yang menyatakan setuju bahwa *brand image* mampu mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian, dengan memposisikan bahwa produk Zoya memiliki kualitas dan keawetan bahan, mempunyai berbagai model yang bervariasi dan harga yang terjangkau, sehingga tidak memberatkan konsumen dalam membeli produk dan konsumen dapat mengenali dengan jelas produk Zoya dengan merek-merek lain.

Life style berpengaruh terhadap keputusan pembelian busana muslim produk Zoya Kudus, ini dibuktikan dengan adanya hasil uji parsial atau uji t ternyata nilai t hitung lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t tabel ($4,644 > 1,993$) maka H_0 ditolak, artinya bahwa *life style* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim

produk Zoya. Nilai dari t hitung positif maka pengaruh yang terjadi adalah positif, artinya semakin tinggi *life style* semakin meningkatkan keputusan pembelian busana muslim produk Zoya. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh antara *life style* terhadap keputusan pembelian, hal ini sejalan dengan mayoritas jawaban responden yang menyatakan setuju bahwa *life style* mampu mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian, dengan memposisikan bahwa busana muslim produk Zoya mempunyai peran penting dalam aktivitas sehari-hari.

Dari hasil uji F yaitu untuk variabel bebas (*brand image* dan *life style*) menunjukkan F hitung sebesar 30,055 dengan F tabel 4,98 dan p value sebesar 0,000 yang berada di bawah 5% tingkat signifikansi. Ini berarti nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($30,055 > 4,98$). dengan demikian *brand image* dan *life style* secara bersama-sama merupakan variabel bebas yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim produk Zoya.

B. Keterbatasan Penelitian

Meskipun telah diupayakan semaksimal mungkin, namun ternyata penelitian ini masih banyak keterbatasan penelitian, meliputi :

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada satu obyek bisnis *frienchise*
2. Responden pada penelitian ini umumnya adalah konsumen yang ada di Outlet Zoya Kudus
3. Kurangnya variabel penelitian yang dimasukkan dalam model, sehingga memiliki kontribusi penelitian yang kurang luas.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, adapun saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya meliputi:

1. Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama disarankan untuk menyempurnakan penelitian misalnya menambahkan

variabel-variabel di luar penelitian ini. Mengingat kemampuan yang dimiliki dalam menerangkan masih terbatas.

2. Perusahaan terus melakukan pengelolaan terhadap berbagai dimensi *brand image*, baik itu melalui media inovasi produk, kualitas produk, harga, promosi dan kualitas layanan.

D. Penutup

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan hidayah dan taufik-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Baginda Rasulullah SAW yang kita harapkan Syafa'atnya kelak di hari kiamat.

Penulis menyadari meskipun dalam penulisan dalam skripsi ini telah berusaha semaksimal mungkin, namun dalam penulisan ini tidak lepas dari kesalahan dan kekeliruan. Hal ini semata-mata merupakan keterbatasan ilmu dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang konstruktif dari berbagai pihak demi perbaikan yang akan datang untuk mencapai kesempurnaan.

Akhirnya penulis hanya berharap semoga skripsi ini dapat menambah khazanah keilmuan, bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Aamin.