

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uji statistik yang dilakukan mengenai pengaruh inovasi produk, citra merek dan desain produk terhadap keputusan konsumen dalam pembelian busana muslim di toko Tunik-Store maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari uji t bahwa jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka variabel bebas (X1) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dimana dalam penelitian ini nilai $t\text{-hitung}$ 8,340 $> t\text{-tabel}$ 1,986 dengan nilai sig $0,00 < 0,05$. Yang artinya inovasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim di toko Tunik-store. Dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, sehingga H1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian terbukti. Maksudnya apabila inovasi dalam sebuah produk ditingkatkan lagi maka keputusan masyarakat untuk membeli pun akan meningkat.
2. Berdasarkan hasil dari uji t bahwa jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka variabel bebas (X2) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dimana dalam penelitian ini nilai $t\text{-hitung}$ 9,876 $> t\text{-tabel}$ 1,986 dengan nilai sig $0,00 < 0,05$. Yang artinya citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim di toko Tunik-store. Dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, sehingga H2 dalam penelitian ini membuktikan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Maksudnya apabila suatu merek semakin terkenal dan dikenal banyak masyarakat maka juga akan meningkatkan keputusan masyarakat itu sendiri untuk membeli suatu produk.
3. Berdasarkan hasil dari uji t bahwa jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka variabel bebas (X3) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dimana dalam penelitian ini nilai $t\text{-hitung}$ 10,252 $> t\text{-tabel}$ 1,986 dengan nilai sig $0,00 < 0,05$. Yang artinya kualitas produk secara parsial berpengaruh positif

dan signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim di toko Tunik-store. Dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, sehingga H3 dalam penelitian ini yang membuktikan bahwa desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Maksudnya apabila produk tersebut memiliki kualitas yang tinggi maka konsumen akan mantap dalam melakukan keputusan pembelian

B. Saran

1. Bagi Toko Tunik-Store

Bagi toko Tunik-Store untuk dapat meningkatkan inovasi dari busana muslimnya supaya tetap menjadi pilihan konsumen yang berorientasi pada persaingan bisnis yang semakin ketat apalagi dalam bidang fashion. Selain itu juga harus mempertahankan citra merek yang positif di mata konsumen serta agar merek tersebut mudah diingat oleh konsumen. Tidak hanya itu saja, Toko Tunik-Store disarankan untuk terus mengembangkan desain produknya dengan memperhatikan mutu pada setiap desainnya. Dengan adanya kebijakan seperti itu diharapkan konsumen tetap memilih dan konsisten melakukan pembelian di toko Tunik-Store.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah jumlah respondennya agar lebih akurat lagi dan menggunakan metode statistik yang lain. Selain itu juga meningkatkan kualitas pembahasan dalam analisis uji statistiknya. Dan juga penambahan variabel baru pada penelitian disarankan kepada peneliti selanjutnya agar penelitiannya lebih menarik dan dapat menjelaskan fenomena keputusan pembelian dengan lebih komprehensif.