

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan analisis- analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Secara parsial diketahui bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian yang menunjukkan bahwa kualitas yang menyatakan bahan jilbab Rabbani kuat, tebal, tahan lama, tahan luntur, lembut dan nyaman dipakai mampu berkontribusi mempengaruhi keputusan pembelian sehingga diambil kesimpulan H_1 diterima. Variabel merek mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian yang menunjukkan bahwa merek Rabbani yang mudah dikenal, simbol mudah diingat, merek yang mempunyai kesan baik dan memberikan kepercayaan merek tidak mampu mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jilbab Rabbani sehingga diambil kesimpulan H_0 diterima. Variabel kemasan mempunyai pengaruh yang signifikan dan terhadap keputusan pembelian yang menunjukkan bahwa kemasan melindungi produk dan mudah dibawa kemana-mana, memiliki warna dan bentuk menarik serta produk mudah disusun dan dihitung, kemasan bisa dipakai untuk wadah lain sangat

berkontribusi mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sehingga diambil kesimpulan H_1 diterima. Variabel desain mempunyai pengaruh yang tidak signifikan dan terhadap keputusan pembelian yang menunjukkan warna, bentuk, motif dan ukuran tidak mempunyai kontribusi terhadap daya tarik produk sehingga diambil kesimpulan H_0 diterima.

2. Berdasarkan perhitungan diketahui bahwa F hitung lebih besar dari F tabel maka H_1 diterima yang berarti variabel kualitas produk, merek, kemasan, dan desain produk secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2. Saran

Dari kesimpulan yang telah diperoleh maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut :

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

1. Rabbani merupakan *outlet* busana muslim yang dibentuk untuk memperkenalkan jilbab, gamis, koko, manset, dll secara lebih menarik. Salah satu segmen pasar adalah remaja. Supaya mereka tetap loyal terhadap produk Rabbani, pihak perusahaan perlu memberi perhatian pada perilaku konsumen remaja putri agar dapat mengembangkan perusahaan dan mampu memperluas pangsa pasar.
2. Segmen pasar Rabbani yang salah satunya adalah remaja putri, jadi harus menjadi pertimbangan utama perusahaan dalam menetapkan desain. Hal ini dikarenakan mayoritas remaja putri sangat memperhatikan penampilan yang

modis untuk tampil *trandy*. Perusahaan harus mempertimbangkan desain melalui bentuk, warna, motif dan ukuran jilbab yang menarik untuk mendorong terjadinya keputusan pembelian.

3. Melalui atribut produk merek, diharapkan merek yang dibawa oleh perusahaan mampu ditunjukkan dengan baik sehingga mampu membangun *positioning* yang baik di benak konsumen.

5.2.2 Saran Untuk Penelitian Mendatang

1. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap variabel-variabel selain kualitas produk, merek, kemasan dan desain yang termasuk dalam strategi pemasaran yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini dikarenakan, dalam penelitian ini keempat variabel tersebut hanya mampu menjelaskan dua variabel variasi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini belum memasukkan variabel atau faktor lain yang mungkin dapat memengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini.
2. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk meneliti dari perusahaan/ merek-merek lainnya yang mengalami kondisi yang hampir sama dengan jilbab Rabbani. Hal ini dapat dijadikan pembandingan sekaligus melengkapi penelitian ini.