

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

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

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap terhadap perilaku terhadap minat beli jilbab *syar'i* merek Zoya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sikap terhadap perilaku dinilai lebih mampu memunculkan minat membeli jilbab *syar'i* merek Zoya.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara norma subjektif terhadap minat beli jilbab *syar'i* merek Zoya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel norma subjektif perilaku dinilai lebih mampu memunculkan minat membeli jilbab *syar'i* merek Zoya.
3. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kontrol berperilaku yang dirasakan terhadap minat beli jilbab *syar'i* merek Zoya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kontrol berperilaku yang dirasakan dinilai kurang mampu memunculkan minat membeli jilbab *syar'i* merek Zoya.
4. Terdapat pengaruh secara simultan yang signifikan antara sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol berperilaku yang dirasakan terhadap minat beli jilbab *syar'i* merek Zoya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan maka dapat direkomendasikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Perusahaan jilbab Zoya perlu mengiklankan produknya lebih baik lagi, karena banyak responden yang masih menjawab ragu-ragu mengenai pernyataan apakah mereka membeli jilbab *syar'i* merek Zoya karena melihat iklan di media elektronik maupun media cetak.
2. Pada penelitian ini hanya meneliti minat beli jilbab *syar'i* merek Zoya pada perempuan yang beragama Islam, disarankan pada peneliti selanjutnya untuk mencoba meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi lelaki dan perempuan dalam minatnya pembelian busana muslim dan perbedaannya. Sehingga penelitian memiliki lingkup yang lebih luas.
3. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk meneliti produk lainnya sehingga dapat dijadikan pembandingan sekaligus melengkapi penelitian ini.