

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan dan diolah menggunakan SPSS 16.0 maka peneliti menemukan hasil dan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis pertama dari variabel iklan memberikan pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian Jilbab Elzatta pada mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Hal tersebut dikarenakan pengguna cenderung memilih marketing yang strategis atau proses pengenalan produk jilbab Elzatta. Oleh karena itu dengan adanya marketing yang strategis yang di publikasikan oleh variabel iklan dapat membantu konsumen untuk lebih cepat mengenal produk yang akan dibutuhkan.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua dari variabel citra merek memberikan pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian Jilbab Elzatta pada mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Hal tersebut dikarenakan Jilbab Elzatta mempunyai citra merek yang positif dibenak konsumen. Selain itu merek sudah lama berkecimpung dalam dunia fashion hijab, sehingga jilbab merek Elzatta mendapatkan kesan positif dan terkenal bahannya nyaman dipakai dibenak konsumen.

3. Hasil pengujian hipotesis ketiga dari variabel harga memberikan pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian Jilbab Elzatta pada mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Hal tersebut dikarenakan harga Jilbab Elzatta lebih terjangkau jika dibandingkan dengan merek hijab lain dikelasnya.
4. Hasil pengujian hipotesis bersama-sama antara iklan, citra merek dan harga secara simultan memberikan pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian Jilbab Elzatta pada mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Hal tersebut dikarenakan keputusan pembelian terhadap produk Jilbab Elzatta dipengaruhi oleh iklan, kemudian didukung oleh citra merek yang memiliki reputasi dan kualitas baik, kemudian dengan harga yang ekonomis sehingga menarik perhatian seseorang untuk melakukan tindakan pembelian.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Akademis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan khazanah keilmuan dibidang ekonomi yang berkaitan dengan pemasaran suatu

produk khususnya mengenai iklan, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian Jilbab Elzatta pada Mahasiswi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung., bermanfaat untuk sumbangan teori, sebagai bahan referensi atau rujukan khususnya di jurusan Ekonomi Syariah dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung. Namun peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam hal kajian maupun teori-teori yang mendukung penelitian, sehingga perlu adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam agar hasil yang diberikan bisa sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam memberikan kontribusi kepada manajemen PT. Bezaya (bersama Zatta Mulya) untuk menentukan kebijakan dalam hal pemasaran produk Jilbab Elzatta. Diharapkan manajemen pemasaran mampu menjaga dan meningkatkan iklan, citra merek dan harga. Peneliti menyarankan untuk lebih memperluas jaringan iklan, PT Bezaya (bersama Zatta Mulya) bisa mengiklankan produknya di media yang lebih luas lagi seperti di televisi ataupun di Youtube serta terus berinovasi dalam mengembangkan produknya supaya dapat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk Jilbab Elzatta.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya khususnya dalam hal pemasaran suatu produk. Peneliti menghimbau untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan variabel yang lebih banyak dan variatif untuk lebih mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen. Peneliti menyadari dalam penelitian ini masih banyak keterbatasan dan juga kekurangan, sehingga perlu adanya penelitian selanjutnya yang lebih mendalam.