BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh citra merek (*brand image*), harga, dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen pada Zoya Fashion Tulungagung maka, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek (*brand image*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen. Hal ini dibuktikan dengan kualitas produk merek Zoya diproduksi oleh perusahaan yang baik, produk merek Zoya memiliki citra yang baik sehingga mereka merasa percaya diri ketika memakai merek atau *brand* dari Zoya, jika dibandingkan dengan merek lain dengan citra yang cukup berbeda dengan merek lain, namun memberikan manfaat yang hampir sama dengan merek-merek lain, yang menawarkan citra merek yang lebih baik dibandingkan dengan merek Zoya Fashion Tulungagung. Dengan demikian merek memiliki pengaruh positif terhadap minat beli ulang pada Zoya Fashion Tulungagung.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen di Zoya Fashion Tulungagung. Hal ini dibuktikan dengan harga produk Zoya sesuai dengan kualitas produknya dan adanya harga yang bervariasi. Dengan harga yang bervariasi, konsumen dapat memilih produk apa saja yang ingin dibeli sesuai dengan isi kantong konsumen.

Dengan demikian harga memiliki pengaruh positif terhadap minat beli ulang pada Zoya Fashion Tulungagung.

3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen di Zoya Fashion Tulungagung. Hal ini dibuktikan dengan adanya bermacam-macam produk serta bahan baku yang aman dan berkualitas dari produk-produk yang ditawarkan oleh Zoya Fashion Tulungagung, sehingga para konsumen dapat memilih jenis produk yang diinginkan sesuai kebutuhan dan keinginan dari para konsumen Zoya Fashion Tulungagung tanpa harus khawatir dengan kualitas dan bahan baku yang tidak aman atau mudah rusak. Dengan demikian kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap minat beli ulang pada Zoya Fashion Tulungagung.
4. Secara bersama-sama citra merek (*brand image*), harga, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen di Zoya Fashion Tulungagung. Ditunjukkan dari hasil penelitian bahwasanya citra merek, harga, dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Zoya Fashion karena pelanggan rata-rata memilih setuju pada angket kuesioner yang telah peniliti sebarkan dengan indikator-indikator pertanyaan yang sesuai dengan masing-masing variabel terkait.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan

manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi akademik

   Dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tambahan keilmuan di bidang ekonomi syariah yang berkaitan dengan mempertahankan citra merek, potongan harga, dan peningkatan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen. Namun dari pihak peniliti masih banyak kekurangan dalam hal kajian maupun teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini, sehingga perlu adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam agar hasil yang diberikan bisa sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

2. Bagi Perusahaan

   a. Zoya Fashion Tulungagung, diharapkan selalu memperbaiki dan mempertahankan citra merek dan citra perusahaan yang baik, agar konsumen merasa percaya diri ketika memakai produk dari Zoya Fashion Tulungagung. Ketika sebuah merek memiliki citra yang kuat dan positif, maka merek tersebut akan selalu diingat dan kemungkinan besar konsumen akan membeli dan melakukan pembelian ulang merek tersebut.

   b. Zoya Fashion Tulungagung, diharapkan selalu memberikan potongan harga/diskon untuk produk yang itu-itu saja tetapi ada produk yang jarang diberikan potongan harga, agar konsumen jadi lebih merasa tertarik untuk mengunjungi Zoya Fashion Tulungagung. Produk yang menawarkan potongan harga sebaiknya juga memperhatikan kualitas

jadi walaupun murah tetap berkualitas sehingga memiliki daya saing dengan produk-produk lain.

c. Zoya Fashion Tulungagung, diharapkan selalu memberikan kualitas produk yang terbaik dan sesuai dengan harga yang ditetapkan maupun memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, selain itu pihak Zoya Fashion terus melakukan inovasi baru yang berhubungan dengan *fashion* sehingga konsumen tidak merasa jenuh.

3. Bagi peneliti yang akan datang

Bahan untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel lain yang memiliki implikasi langsung terhadap peningkatan minat beli ulang konsumen Zoya Fashion Tulungagung.