

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bauran komunikasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hijab Rabbani di *Reshare* Rabbani Tulungagung. Hal ini berarti, peningkatan bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Reshare* Rabbani Tulungagung akan meningkatkan keputusan pembelian hijab Rabbani di *Reshare* Rabbani Tulungagung. Begitu pula sebaliknya, berkurangnya bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Reshare* Rabbani Tulungagung akan menyebabkan keputusan pembelian hijab Rabbani di *Reshare* Rabbani Tulungagung juga berkurang.
2. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hijab Rabbani di *Reshare* Rabbani Tulungagung. Jadi, semakin baik *brand image* yang dimiliki oleh *Reshare* Rabbani Tulungagung, keputusan konsumen untuk melakukan pembelian hijab Rabbani di *Reshare* Rabbani Tulungagung akan semakin meningkat. Begitu pula sebaliknya, jika *brand image* yang dimiliki oleh *Reshare* Rabbani Tulungagung buruk, maka keputusan konsumen untuk melakukan pembelian hijab Rabbani di *Reshare* Rabbani Tulungagung juga akan semakin menurun.

3. Bauran komunikasi pemasaran dan *brand image* secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hijab Rabbani di *Reshare* Rabbani Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa pengoptimalan bauran komunikasi pemasaran yang disertai dengan penguatan *brand image* yang dimiliki oleh *Reshare* Rabbani Tulungagung dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian hijab Rabbani di *Reshare* Rabbani Tulungagung.
4. *Brand image* mempunyai pengaruh yang lebih kuat dan dominan terhadap keputusan pembelian hijab Rabbani di *Reshare* Rabbani Tulungagung. Sebab, hijab Rabbani telah memiliki citra yang positif di mata masyarakat, sehingga banyak konsumen yang tertarik dan yakin untuk melakukan pembelian hijab Rabbani. Namun, bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Reshare* Rabbani Tulungagung masih kurang optimal. Sehingga, penawaran, informasi produk, dan promo yang dilakukan belum tersampaikan kepada seluruh konsumen.

B. Saran

1. Bagi *Reshare* Rabbani Tulungagung

Reshare Rabbani Tulungagung dapat menjadikan hal ini sebagai pertimbangan dalam merencanakan strategi pemasaran hijab Rabbani. Untuk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, *Reshare* Rabbani Tulungagung diharapkan meningkatkan bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan, misalnya dengan menggunakan siaran di radio

dan iklan di media sosial untuk membangun merek yang emosional, lebih giat melakukan *personal selling* terutama di tempat-tempat yang belum pernah dikunjungi, untuk memberi tahu konsumen tentang pilihan produk, kualitas, harga dan pelayanan, serta mengoptimalkan pemberian informasi secara langsung melalui telepon, sms, maupun media sosial. Untuk mempertahankan pelanggan, *Reshare* Rabbani Tulungagung harus memperhatikan *brand imagenya*, salah satunya dengan cara terus menjaga kualitas hijab Rabbani dan selalu melakukan inovasi (variasi warna dengan model yang khas dan menarik) dalam menciptakan *trend* terbaru.

2. Bagi Akademik IAIN Tulungagung

Dalam rangka menyiapkan mahasiswa menjadi lulusan yang siap menghadapi tantangan dan persaingan dalam dunia bisnis, hendaknya Institut mendorong mahasiswa untuk lebih sering terjun kelapangan dan meningkatkan komunikasi untuk bekerjasama dengan perusahaan/lembaga/ organisasi yang memiliki cakupan pemasaran yang lebih luas, sebagai sarana bagi penelitian untuk memperdalam pengetahuan mahasiswa.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Studi ini masih merupakan langkah awal untuk mengetahui hal-hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian, sehingga, masih perlu penyempurnaan untuk dapat memberikan penjelasan secara lebih tepat. Untuk itu, diharapkan peneliti selanjutnya mengambil wilayah penelitian yang lebih luas, menggunakan variabel yang lebih representatif, dan rancangan penelitian yang lebih kompleks.