

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Dapat ditarik kesimpulan berdasarkan uraian pembahasan pada bab-bab sebelumnya menggunakan analisis *Partial least square* yaitu sebagai berikut:

Brand awareness mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan keputusan pembelian produk samase yang berarti dan cukup substansial. berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen produk samase memperhitungkan *brand awareness* yang baik meliputi *brand recognition*, *brand recall*, dan *purchase* pada saat membuat keputusan pembelian. Terkhusus dalam hal ini adalah konsumen mempertimbangkan untuk membeli produk samase yakni ketika mengenali nama, logo, *tagline* dan terbenak dalam pikiran konsumen, samase merupakan kategori *brand fashion* muslim kekinian dan selalu *up to date* namun tetap *syar'i*. Sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh dalam penelitian ini, yakni *brand awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk samase di Jakarta.

Brand image mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan keputusan pembelian produk samase yang berarti dan cukup substansial. berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen produk samase memperhitungkan *brand image* yang baik meliputi citra perusahaan, citra pemakai dan citra produk pada saat membuat keputusan pembelian. Terkhusus dalam hal ini adalah konsumen mempertimbangkan untuk membeli produk samase yakni ketika melihat design produknya yang menarik dan juga model produk dapat mengikuti perkembangan zaman yakni selalu *up to date* namun tetap *syar'i*. Sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh dalam penelitian ini, yakni *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk samase di Jakarta.

Harga mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan keputusan pembelian produk samase yang berarti dan cukup substansial. berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen produk samase memperhitungkan harga yang baik meliputi: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat pada saat membuat

keputusan pembelian. Terkhusus dalam hal ini adalah konsumen mempertimbangkan untuk membeli produk samase yakni ketika harga yang ditawarkan cocok/sesuai dengan kualitas produknya. Sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh dalam penelitian ini, yakni harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk samase di Jakarta.

V.2 Saran.

Saran atau Rekomendasi dalam penelitian ini di dasar dari kesimpulan penelitian yang disebutkan sebelumnya yakni :

- a. Bagi perusahaan yang bergerak di industri *fashion* yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah Samase. berikut ini adalah saran dari hasil penelitian yang dapat diberikan kepada perusahaan yakni :
 1. Saran pertama dari hasil penelitian ini kepada perusahaan adalah agar samase dapat membuat strategi penetapan harga yang tepat, hal ini dikarenakan hasil penelitian yang menunjukkan variabel harga berkontribusi paling kecil dalam berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga harga yang ditawarkan saat ini dapat dipertimbangkan untuk pemeliharaan (dipertahankan), dan jika ada kemungkinan penyesuaian tarif di masa mendatang, maka diperlukan strategi yang matang. Termasuk, samase dapat memperhatikan keterjangkauan harga samase dalam memasuki setiap segmen pasar. Termasuk, samase perlu melakukan riset kompetitor terkait kesesuaian harga manfaat produk yang berbeda bahkan dapat memberikan lebih baik dibanding dengan kompetitor.
 2. Selanjutnya saran dalam penelitian ini untuk perusahaan adalah agar samase bisa mempertahankan *brand imagenya*, disamping itu juga samase bisa meningkatkan *imagenya* dikarenakan hampir dari setiap *indicator* belum ada yang sempurna dalam berkontribusi untuk mempengaruhi keputusan pembelian. sehingga hal tersebut merupakan peluang agar dengan meningkatnya *brand image* mendekati kesempurnaan yang akhirnya dapat meningkatkan keputusan pembelian produk samase. Yakni, Memperkuat lagi aktivitas

membentuk image positif perusahaan dan produknya agar menciptakan *user image* yang sesuai dengan kepribadian konsumen dan menciptakan pengalaman berbeda ketika memakai produknya.

3. Selanjutnya saran dalam penelitian ini untuk perusahaan adalah agar samase bisa mempertahankan *brand awareness*, disamping itu juga samase bisa meningkatkan *kesadaran mereknya*, dikarenakan hampir dari setiap *indicator* belum ada yang sempurna dalam berkontribusi untuk mempengaruhi keputusan pembelian. sehingga hal tersebut merupakan peluang agar dengan meningkatnya *brand awareness* mendekati kesempurnaan yang akhirnya dapat meningkatkan keputusan pembelian produk samase. Termasuk, memperkuat lagi aktivitas menanamkan kesadaran merek pada masyarakat secara aktif melalui berbagai *platform online* atau wadah *offline* dalam hal memperkenalkan nama, *tagline* dan logo yang mudah diingat. Dan juga, berusaha menyadarkan konsumen dan memastikan merek samase merupakan pilihan pertama *TOM (Top of mind)* yang dijadikan konsumen ketika melakukan pembelian *fashion muslim*.
- b. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian serupa agar dapat menambah atau mengganti beberapa variabel yang tidak dibahas dalam penelitian ini, sehingga dapat membuat variasi lain pada penbvelitian selanjutnya. Selain itu, peneliti memberikan saran untuk meningkatkan akurasi dan kesempurnaan penelitian pada penelitian selanjutnya.