

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis Partial Least Square (PLS) mengenai keputusan pembelian hijab di Toko Idola Pasar Depok Jaya, maka didapatkan suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. *Attention* (perhatian) berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Idola Pasar Depok Jaya. Dengan demikian hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti. Maka dapat disimpulkan bahwa konsumen tidak melihat *Attention* (perhatian) sebagai faktor penentu saat konsumen akan melakukan keputusan pembelian.
2. *Interest* (minat) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Idola Pasar Depok Jaya. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti.
3. *Desire* (keinginan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Idola Pasar Depok Jaya.. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti.
4. *Action* (tindakan) berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Idola Pasar Depok Jaya. Dengan demikian hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti. Maka dapat disimpulkan bahwa konsumen tidak melihat *Attention* (perhatian) sebagai faktor penentu saat konsumen akan melakukan keputusan pembelian.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan 100 kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden sehingga kesimpulan yang dapat diambil hanya berdasarkan pada data yang dikumpulkan melalui kuesioner tersebut.

2. Responden dalam penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan pelanggan hijab toko Idola Pasar Depok Jaya, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk keputusan pembelian di daerah manapun.
3. Jumlah variabel yang digunakan terbatas hanya mencakup *attention* (perhatian), *interest* (minat), *desire* (keinginan), *action* (tindakan) dan keputusan pembelian. Sedangkan masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian.

### 5.3 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. *Interest* (minat) memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian dan menjadi faktor penentu selain *Desire* (keinginan) untuk konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Maka dari itu, strategi Toko Idola yang perlu diperbaiki yaitu dalam penyampaian iklan harus lebih berkualitas dibandingkan pesaing supaya para calon pembeli tertarik dan ingin memutuskan untuk melakukan pembelian.
2. Toko Idola sebaiknya dapat memperhatikan dan mengupdate postingan iklan produknya semenarik mungkin secara rutin baik produk lama maupun yang baru agar dapat menarik *attention* (perhatian) konsumen atau pelanggan sehingga dapat berkeinginan untuk melakukan pembelian.
3. Toko idola sebaiknya menampilkan iklan yang sangat menarik diposting dengan cara meningkatkan isi dari pesan yang disampaikan harus semenarik mungkin sehingga pelanggan yang melihat iklan diposting Toko Idola dapat tertarik sehingga ingin melakukan *action* (tindakan).
4. Toko Idola sebaiknya memiliki personil atau orang khusus yang bertugas menangani postingan iklan di media sosial agar dapat focus dalam memasarkan produknya.

5. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan beberapa variabel bebas lain seperti *Satisfaction* (menimbulkan kepuasan), *Decision* (keputusan), *Conviction* (keyakinan), dll guna menyempurnakan penelitian.

