

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji dan pembahasan yang diuraikan oleh peneliti pada Bab IV mengenai pengaruh promosi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian hijab Mauvy.id, maka dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hijab Mauvy.id, hal ini berarti konsumen menilai promosi pada hijab Mauvy.id sangat menarik. Semakin menarik promosi yang dilakukan maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelian pada hijab Mauvy.id
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hijab Mauvy.id, artinya konsumen menilai produk pada hijab Mauvy.id menggunakan bahan yang nyaman, dari kain yang digunakan dengan kualitas pilihan sehingga mudah menyerap keringat, tidak panas, warna pada produk hijab Mauvy.id sangat menarik, tekstur tidak kasar dan model yang beragam. Semakin baik kualitas produk maka keputusan pembelian hijab Mauvy.id akan semakin meningkat.
3. Harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hijab Mauvy.id, hal ini berarti tinggi rendahnya harga yang ditawarkan hijab Mauvy.id akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli hijab Mauvy.id.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut.

1. Bagi Perusahaan

Dalam penelitian ini saran kepada pihak Mauvy.id adalah agar terus mengembangkan strategi promosi yang menarik dan tepat sasaran. Promosi dapat dilakukan secara berkala melalui media sosial, marketplace, kolaborasi dengan influencer, serta keikutsertaan dalam bazar offline guna menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, perusahaan juga disarankan untuk meningkatkan kualitas produk, khususnya dalam hal daya tahan dan kenyamanan bahan, mengingat masih ada responden yang meragukan kesesuaian kualitas dengan harapan mereka. Perhatian terhadap kualitas ini penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Dari sisi harga, Mauvy.id sebaiknya memastikan bahwa harga yang ditetapkan sebanding dengan manfaat yang diterima konsumen. Strategi seperti diskon, bundling, serta penetapan harga kompetitif yang tetap mempertahankan kualitas produk dapat menjadi solusi untuk menarik lebih banyak pembeli. Survei rutin untuk memahami preferensi konsumen juga penting dilakukan sebagai dasar evaluasi dan inovasi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Di masa yang akan datang, peneliti selanjutnya disarankan mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel lain di luar promosi, kualitas produk, dan harga, seperti kemasan, pemberian label, jaminan, atau pelayanan, yang juga berpotensi memengaruhi keputusan

pembelian. Peneliti juga dapat memperluas objek penelitian pada produk fashion lainnya yang sejenis, tidak terbatas pada merek Mauvy.id saja, agar hasil yang diperoleh dapat digunakan secara lebih luas. Selain itu, pendekatan atau metode penelitian lain seperti metode kualitatif atau campuran juga dapat digunakan untuk menggali informasi yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk hijab.