

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji dan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti pada Bab IV mengenai pengaruh keragaman produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk hijab dan busana muslim kean signature di Mall Botani Square Bogor, maka dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Keragaman Produk berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk hijab dan busana muslim kean signature di Mall Botani Square Bogor, hal ini terjadi karena kurang tersediaannya berbagai ukuran pada produk hijab maupun pakaian yang dijual, jenis atau model produknya juga kurang beragam dan tidak memiliki tingkatan bahan maupun desain yang mampu menarik konsumen.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk hijab dan busana muslim kean signature di Mall Botani Square Bogor, hal ini berarti tinggi rendahnya harga yang ditawarkan kean signature akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk hijab maupun busana muslim Kean Signature.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk hijab dan busana muslim kean signature di Mall

Botani Square Bogor, hal ini berarti jika meningkatkan strategi promosi akan berdampak kepada keputusan pembelian dan target perusahaan dalam penjualan.

B. Saran

1. Bagi perusahaan

a) Variabel keragaman produk

Dalam penelitian ini, diharapkan usaha hijab dan busana muslim Kean Signature dapat meningkatkan penjualan melalui keragaman produk, baik lewat pengembangan produk baru atau mengembangkan produk yang sudah ada. Hal tersebut dapat mendorong suatu usaha Kean Signature untuk melakukan pengembangan pada produknya yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan tuntutan dan harapan konsumen. Seperti ketersediaan barang dalam jumlah maupun jenis, bahan dan warna produk yang sangat variatif dan memiliki standar kualitas produk yang baik sehingga menimbulkan banyak pilihan dalam proses belanja konsumen.

b) Variabel Harga

Dalam penelitian ini, diharapkan usaha hijab dan busana muslim Kean Signature dapat menetapkan harga dengan ukuran, bahan yang berbagai level dengan yang sesuai dengan daya beli konsumen serta menawarkan harga yang terjangkau sesuai dengan kualitas produknya.

c) Variabel Promosi

Dalam penelitian ini, diharapkan usaha hijab dan busana muslim kean signature dapat mempertahankan strategi-strategi promosi yang saat ini serta perlu lebih luas lagi dalam mengiklankan produk kean signature di media promosi luar ruangan yaitu meliputi poster, *billboard*, *foamboard* maupun di media *online* yaitu dengan mempromosikan di akun Instagram, Tiktok, Facebook, dengan membuat konten-konten yang menarik.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan lebih luas lagi penelitian ini

- a. Peneliti selanjutnya dapat mengganti variabel yang digunakan dari berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian selain keragaman produk, harga, dan promosi, diantaranya seperti kualitas produk, keistimewaan produk, saluran distribusi (lokasi), merek dan pelayanan.
- b. Diharapkan pula peneliti selanjutnya dapat memberikan kebaruan dalam hal penggunaan referensi *text book*, jurnal atau artikel lain yang berkaitan.