

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand Image* secara positif berpengaruh terhadap keputusan pembelian Hijab Alila Surabaya.
2. Kualitas produk secara positif signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Hijab Alila Surabaya.
3. Harga secara positif berpengaruh terhadap keputusan pembelian Hijab Alila Surabaya
4. *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Hijab Alila.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari kesimpulan diatas, maka ada beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk tercapainya kepuasan pelanggan yang lebih baik, Hijab Alila Surabaya sebagai distributor yang menjual produk Hijab Alila untuk melakukan evaluasi, terutama tingkat konsistensi pada *brand* dan harga yang diberikan kepada pelanggan.
2. Untuk meningkatkan tingkat penjualan perlu melakukan tinjauan ulang untuk harga dari kreativitas produk Hijab Alila Surabaya

3. Membuat paket parcel untuk seasional event seperti pada saat lebaran serta melakukan acara dalam Hijab Alila Surabaya agar *brand image* Hijab Alila lebih dikenal masyarakat.
4. Untuk meningkatkan kreativitas produk perlu mempertahankan kualitas sesuai visi misinya yang dilakukan tim kreatif untuk menciptakan tambahan sajian dakwah digital yang lebih menarik untuk para konsumen agar lebih banyak digemari masyarakat sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian Hijab Alila Surabaya.
5. Kepada para peneliti selanjutnya disarankan agar lebih memperdalam unit analisisnya, baik variabel maupun indikator penelitian, sehingga dapat lebih mempertajam hasil yang sudah peneliti peroleh di dalam penelitian ini.