

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penelitian yang berjudul “Pengaruh Ekuitas Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jilbab Merek Zoya Oleh Mahasiswi FEBI UIN Raden Fatah Palembang”. Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara ekuitas merek terhadap keputusan pembelian jilbab merek Zoya. Artinya semakin baik ekuitas merek yang diberikan oleh jilbab merek Zoya maka akan semakin banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai pada hasil Uji T yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} 4.391 > t_{tabel} 1,662$ dan $sig. 0,000 < \alpha 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H1 yang menyatakan “Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Merek Zoya” diterima berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya.
2. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian jilbab merek Zoya. Artinya semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh

3. jilbab merek Zoya maka akan semakin banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai pada hasil Uji T yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} 1,723 > t_{tabel} 1,662$ dan $sig. 0,008 < \alpha 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H2 yang menyatakan “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Merek Zoya” diterima berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis menyadari masih terdapat banyak keterbatasan dan kekeliruan yang ada dalam penelitian ini. Namun dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat.

Bagi produsen jilbab Zoya, diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan kebijakan dengan upaya menarik keputusan pembelian konsumen dengan tetap memperhatikan ekuitas merek dan kualitas produk.

Bagi para akademisi dan pembaca untuk memperluas penelitian dengan mempertimbangkan variabel lainnya yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian misalnya lokasi, persepsi harga, promosi dan lainnya. Dan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dimasa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data dan rujukan untuk penelitian dan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan informasi yang lebih lengkap dan lebih luas.

C. Penutup

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena rahmat, taufik dan hidayah-NYA penelitian ini dapat terselesaikan. Penulis sadar bahwa apa yang telah dipaparkan dalam karya ilmiah ini masih banyak kekurangan dan kelemahan baik dari segi penulisan bahasa maupun isi yang terkandung.

Kekurangan dan kekhilafan sebagai manusia, menyadarkan penulis akan kurang sempurna skripsi ini. Oleh karena itu, tegur sapa dan saran kritik yang konstruktif sangat penulis harapkan.

Oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis demi kesempurnaan penulisan berikutnya. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A, *Manajemen Ekuitas Merek, Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek: Terjemahan Edisi Pertama*, Jakarta: Mitra Utama, 1997.
- Astuti, Sri Wahyuni & I Gde Cahyadi, “*Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*”, *Jurnal Majalah Ekonomi*, Vol. 4 No. 2, 2007.
- Buchari, Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Bandung: CV. Alfabeta, 2004.
- Baron, Robert A. Dan Donn Byrne, *[Social Psychology: Understanding Human Interaction](#)*, Boston: Allyn Dan Bacon, 1986.
- Chan, Arianis, “*Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus Bank Muamalah Indonesia Cabang Bandung*”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6 No. 1, 2010.
- Dokumentasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Fatah Palembang.
- Esa Widhiarta, I Gede Teguh, “*Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Denpasar*”, *Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4 No. 4, 2015.
- Febriani, Anggita, “*Pengaruh Citra Merek Dan Kehalalan Produk Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Mezora (Survei Pada Konsumen Hijab Di Balubur Town Square Bandung)*”, Skripsi, Bandung: Fakultas Ekonomi, Universitas Pasundan, 2016.
- Hanggadhika, Hardhian, “*Analisis Pengaruh Kualitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Handpone Merek Nokia Di Semarang*”, Skripsi, Semarang: Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, 2016.
- Hidayatika, Iva “*Tentang Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Awarenees Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani Di Toko Asya Darussalam Semarang*”, Skripsi, (Semarang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Uin Walisongo, 2015).

<https://berita-bca.liputan6.com/read>

<https://id.m.wikipedia.org>

<https://Zoya.co.id/>

- Husein,Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2003.
- Indrawati, Devi, “*Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Zoya*”, *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, Vol. 15 No. 2 Tahun 2015.
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing Bandung*: Mizan, 2006.
- Khasanah, Imroatul, “*Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedap Di Semarang*”, *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol. 4 No. 1 Tahun 2013.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Indonesia*, Buku 2, Jakarta: Prenhalindo, 1999.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12. Bahasa Indonesia Jilid 2, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Mamang Sangadji, Etta dan Sopiiah., *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Andi, 2013.
- Martini, Tina, “*Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic*”, *Jurnal Penelitian*, Vol. 9 No. 1, 2015.
- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder)*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014.
- Marwanto, Aris, *Marketing Sukses*, Yogyakarta: Kobis, 2015.
- Mowen John C. dan Michael Miror, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Erlangga, 2002.
- Muhajirin & Maya Panorama, *Pendekatan Praktis, Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, Jogjakarta: Idea Press Yogyakarta, 2017.
- Nurhayati, Risky, “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2009 Pengguna Handpone Merek Nokia)*”, Skripsi, (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, 2010).
- Priyatno, Duwi, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, Jakarta: Mediakom, 2010.
- Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahsa, Edisi 4*, Jakarta: PT. Gramedia, 2008.

- Rochayety, Ety Dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi SPSS*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009.
- Sarjono, Haryadi, Winda Yulianta, *SPSS VS LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*, Jilid 1, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Setiadi, Nugroho J, *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, Cetakan Kedua, Jakarta: Prenata Media, 2003.
- Soeratno dan Lincolin Arsyad, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2008.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011
- Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015.
- Sulistiyawati, Praba, “ *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Di Kota Semarang*”, Skripsi, Semarang: Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Universitas Diponegoro, 2010.
- Sunyoto, Danang, *Analisis Regresi Dan Uji Hipotesis*, Yogyakarta: CAPS, 2011.
- Tamaka, Irvandy, “ *Citra Merek, Ekuitas Merek Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Sikap Konsumen Pada Produk Daihatsu Di PT. Astra Internasional Daihatsu Manado*”, Jurnal EMBA, Vol. 1 No. 3, 2013.
- Wijaya T, *Manajemen Kualitas Jasa*, Edisi 1, Jakarta: Indeks, 2011.
www.topbrand-award.co.id
- Yamit, Zulian, *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*, Yogyakarta: Ekonista, 2005.