

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan setelah diolah kembali, maka hasil penelitian tentang pengaruh *brand equity*, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Jilbab Merek Zoya di Pangkalpinang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Brand equity*, harga, kualitas produk dan keputusan pembelian produk jilbab merek Zoya masuk kedalam kategori tinggi. Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata yang dihasilkan variabel ekuitas merek sebesar 4,07, konsumen jilbab merek Zoya memiliki kesadaran merek, asosiasi merek, serta loyalitas merek yang tinggi terhadap produk jilbab merek Zoya . Skor rata-rata variabel harga adalah sebesar 4,10, , karena jilbab Zoya memiliki variasi harga, Harga saingan yang tinggi terhadap produk jilbab merek Zoya. Dan Skor rata-rata variable kualitas produk adalah sebesar 4,17, karena konsumen jilbab Zoya dapat memiliki daya tahan produk, keandalan produk, keistimewaan, estetika yang tinggi terhadap produk jilbab merek Zoya. dan skor rata-rata variabel keputusan pembelian adalah 3,96, yang berarti konsumen jilbab merek Zoya terdapat pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative,

keputusan membeli, dan perilaku pasca pembelian yang tinggi terhadap produk jilbab merek Zoya.

2. *Brand equity* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Jilbab Merek Zoya di Pangkalpinang.
3. Harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Jilbab Merek Zoya di Pangkalpinang.
4. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Jilbab Merek Zoya di Pangkalpinang.
5. Pengujian secara bersama-sama antara variabel *brand equity*, harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Jilbab Merek Zoya di Pangkalpinang.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian, maka ada beberapa saran yang penulis berikan agar dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan, yaitu antara lain:

1. Saran untuk Penelitian Lanjutan

Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda serta dengan item pertanyaan pada kuesioner yang berbeda dengan pertanyaan kuesioner penelitian lainnya. Bagi peneliti selanjutnya dapat

dimanfaatkan sebagai bahan rujukan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan *brand equity*, harga, kualitas produk dan keputusan pembelian.

2. Saran yang ditujukan untuk Zoya Pangkalpinang selaku distributor khususnya produk Jilbab Merek Zoya

- a. Memiliki merek yang kuat merupakan salah satu aspek penting dalam suatu proses penjualan barang atau jasa. Suatu produk dengan ekuitas merek yang kuat mampu mengembangkan keberadaan suatu merek. Zoya Pangkalpinang harus lebih efektif dalam melakukan strategi pemasaran produk jilbab yang di jual terutama dalam pengenalan kepada konsumen, karena ekuitas merek dapat menciptakan nilai merek dan memberikan banyak manfaat bagi Zoya Pangkalpinang mulai dari persepsi positif dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan sampai munculnya loyalitas konsumen, karena merek yang kuat memberikan kepercayaan serta pengembalian yang tinggi kepada konsumen, sehingga mereka hanya akan membeli merek yang dapat dipercaya.
- b. Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap proses penentuan seorang dalam melakukan pembelian. Zoya Pangkalpinang dapat menetapkan harga dan mempertimbangkan harga produk yang dijual agar tidak dapat di saingi oleh usaha produk sejenis yang menetapkan harga lebih kompetitif. Penetapan harga juga

mempertimbangan daya beli, kemampuan dan kemauan konsumen dalam membeli produk Zoya Pangkalpinang.

- c. Kualitas produk merupakan faktor penting yang harus di perhatikan Zoya Pangkalpinang dalam mewujudkan tujuan penjualan yang diinginkan. Dengan kualitas produk yang baik bisa membuat konsumen tertarik untuk membeli suatu produk. Zoya Pangkalpinang harus memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen karena apabila kualitas suatu produk kurang baik maka akan mengakibatkan konsumen tidak loyal, sehingga dapat mengakibatkan penjualan produk jilbab pada Zoya Pangkalpinang akan cenderung menurun dari waktu ke waktu.