

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam penelitian ini memperoleh hasil yang sudah dijabarkan pada bab sebelumnya, oleh karena itu mampu dihasilkan beberapa kesimpulan di antaranya:

1. Hasil pengujian data dari pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian menghasilkan beberapa hasil di antaranya, nilai perhitungan dengan koefesien regresi sebanyak 0,546, lalu didapatkan hasil uji t pada variabel independen *personal selling* dengan jumlah t_{hitung} sebanyak 5,163 di mana lebih banyak dari t_{tabel} dengan jumlah 1,985 dan probabilitas signifikansi sebanyak 0,000 berada di bawah 0,05. Maka dari itu, hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa *personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Izza Hijab Jepara.
2. Hasil pengujian data dari pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian menghasilkan beberapa hasil di antaranya, nilai perhitungan dengan koefesien regresi sebanyak 0,245, lalu didapatkan hasil uji t pada variabel independen religiusitas dengan jumlah t_{hitung} sebanyak 2,468 di mana lebih banyak dari t_{tabel} yang jumlahnya 1,985 dengan probabilitas signifikansi sebanyak 0,015 berada di bawah 0,05. Maka dari itu, pada penelitian ini menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Izza Hijab Jepara.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang telah dikerjakan sudah sesuai dengan berbagai prosedur yang ilmiah, tetapi tidak dapat dipungkiri adanya keterbatasan dalam penelitian ini, di antaranya:

1. Dalam penelitian ini jumlah responden yang menjadi sampel hanya sebanyak 96 responden, hal itu dikarenakan waktu penelitian yang terbatas, dan tenaga dari notulis.
2. Populasi dari penelitian ini hanya dari konsumen yang membeli produk hijab dari Izza Hijab Jepara.
3. Variabel Independen yang digunakan hanya dua, masih banyak variable independen lainnya yang bisa ditambahkan seperti bauran pemasaran, *branding strategy*, *servicescape*, dan lain-lain.

C. Saran

Dari penelitian ini, terdapat beberapa saran dari penulis yang sekiranya perlu untuk diketahui, di antaranya:

1. Bagi perusahaan, sebaiknya dalam pengelolaan penjualan perusahaan juga harus memperhatikan dari konsep penjualan pribadi atau *personal selling* karena konsep penjualan tersebut bisa dikatakan sangat berhasil ketika diterapkan pada penjualan, hal itu dikarenakan konsumen lebih yakin untuk melakukan pembelian sebab bisa bertatap muka secara langsung dengan penjual dan melihat produk yang diinginkan secara langsung.
2. Bagi peneliti berikutnya, di antaranya:
 - a. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel independen lainnya, seperti variabel *branding strategy*, *servicescape*, dan lain-lain.
 - b. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya juga melakukan penelitian pada obyek penelitian yang berbeda.
 - c. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambah jumlah sampel dari penelitian yang dilakukan.

