

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh *brand image*, *trust* dan *promotion* terhadap keputusan pembelian konsumen Hijab Ar-Rafi di Desa Kembang Dukuhseti Pati. Responden yang dipilih dalam penelitian berjumlah 96 orang. Berdasarkan analisis penelitian maka dapat disimpulkan:

1. Hasil dari penelitian ini membuktikan secara empiris bahwasanya variabel *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Hijab Ar-Rafi di Desa Kembang Dukuhseti Pati semakin baik citra merek sebuah produk akan menyebabkan meningkatnya keputusan pembelian konsumen terhadap suatu merek.
2. Hasil dari penelitian ini membuktikan secara empiris bahwasanya variabel *trust* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Hijab Ar-Rafi di Desa Kembang Dukuhseti Pati semakin baik kepercayaan konsumen terhadap Hijab Ar-Rafi maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap sebuah *brand* maka akan semakin mempengaruhinya dalam pengambilan keputusan pembelian.
3. Hasil dari penelitian ini membuktikan secara empiris bahwasanya variabel *promotion* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian semakin tinggi intensitas promosi yang dilakukan diimbangi dengan iklan yang mudah dipahami maka akan menyebabkan meningkatnya keputusan pembelian terhadap suatu produk.

### B. Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang sebaiknya perlu adanya perbaikan lebih untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Beberapa diantaranya:

1. Penelitian ini pengambilan sampelnya terbatas yaitu hanya mengambil 96 orang konsumen di Desa Kembang Dukuhseti Pati
2. Kurangnya variabel penelitian yang dimasukkan dalam penelitian sehingga variabel bebas yang dimasukkan hanya mampu mempengaruhi variabel terikatnya sebesar 76,3% sehingga masih ada 23,7% lagi pengaruh variabel diluar

variabel bebas *brand image*, *trust* dan *promotion* seperti harga, kualitas produk dan lainnya.

### C. Saran

Berdasarkan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian, saran untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lebih lengkap lagi selain diluar penelitian ini agar hasil yang diharapkan lebih optimal. Mengingat kemampuan dalam menerangkan penelitian ini masih sangat terbatas.
2. Bagi perusahaan diharapkan terus melakukan inovasi-inovasi terbaru agar dapat memenuhi keinginan konsumen yang semakin beragam. Lebih gencar lagi dalam mempromosikan produk baik melalui sosial media atau promosi dari mulut ke mulut, menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan produk berkualitas dan pelayanan terbaik serta menjaga hubungan baik dengan konsumen agar pangsa pasar meningkat.
3. Bagi konsumen diharapkan dapat memilih produk mana yang berkualitas agar tidak timbul rasa kecewa terhadap produk yang dibelinya.