

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data mengenai pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Islamic Branding* terhadap keputusan pembelian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Sadiba Hijab Kudus. Hal ini disebabkan karena pelanggan merupakan salah satu asset penting bagi perusahaan dan sudah seharusnya sebuah perusahaan menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggannya agar perusahaan tetap berkembang dan mampu mengungguli pesaingnya.
2. *Islamic Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Sadiba Hijab Kudus. Hal ini disebabkan karena mayoritas orang Inonesia beragama Islam dan tentunya harus memperhatikan produk yang dibeli apakah sesuai dengan syariat agama atau tidak. Seorang muslim harus bisa membedakan mana yang halal dan yang haram.
3. Variabel yang paling dominan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) adalah variabel *Islamic Branding* (X1), karena menunjukkan nilai koefiensi regresi yang lebih besar dari variabel bebas lainnya yaitu sebesar 1,446. Hal ini dikarenakan semakin banyak brand islam yang terdapat di sebuah produk maka semakin banyak pula konsumen yang ingin membeli produk tersebut karena mayoritas konsumen di Indonesia beragama Islam.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan meski sudah diupayakan semaksimal mungkin dimana:

1. Variabel independen dalam penelitian hanya bisa mempengaruhi variabel dependen sebesar 59,1%. Sehingga tersisa 40,9% variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti harga, kualitas produk, dll.

2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel customer relationship management dan islamic branding sebagai pengukuran dari keputusan pembelian.
3. Keterbatasan pengetahuan peneliti dalam membuat dan menyusun tulisan ini, sehingga hasil penelitian masih belum maksimal dan perlu dikaji lagi.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti menyarankan pada pihak terkait:

1. Bagi Toko Sadiba Hijab
 - a. Diharapkan untuk selalu *update* tentang tren masa kini, namun tetap mengutamakan ketentuan yang sesuai dengan syariat agama dalam pembuatan produknya
 - b. Tetap menjaga kepercayaan konsumen dengan menggunakan kualitas produk yang baik
 - c. Meningkatkan pelayanan konsumen dan *stay humble*.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Bagi peneliti selanjutnya, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan studi kasus atau referensi mengenai pembahasan yang berkaitan dengan topik penelitian ini.
 - b. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan menambah variabel lain diluar penelitian ini.