

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Dari analisis data yang telah dilakukan pada penelitian tentang “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Saudia Ditinjau dalam Perspektif Islam” dapat disampaikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab saudia, dengan nilai  $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$  ( $1,016 \leq 1,984$ ) dan nilai signifikansi ( $0,312 \geq 0,05$ ) maka  $H_0$  diterima. Variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab saudia, dengan nilai  $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$  ( $1,851 \leq 1,984$ ) dan nilai signifikansi ( $0,067 \geq 0,05$ ) maka  $H_0$  diterima. Variabel distribusi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab saudia, dengan nilai  $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$  ( $-0,039 \leq 1,984$ ) dan nilai signifikansi ( $0,969 \geq 0,05$ ) maka  $H_0$  diterima. Sedangkan Variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab saudia, dengan nilai  $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$  ( $6,209 \geq 1,984$ ) dan nilai signifikansi ( $0,000 \leq 0,05$ ) maka  $H_a$  diterima.
2. Secara simultan (uji F) nilai  $F\text{-hitung} \geq F\text{-tabel}$  ( $25,876 \geq 2,699$ ) dan nilai signifikansi ( $0,000 \leq 0,05$ ) demikian dalam penelitian ini  $H_0$  ditolak dan

Ha diterima. Maka Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Distribusi ( $X_3$ ) dan Promosi ( $X_4$ ) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian hijab saudia. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka bisa disimpulkan bahwa produk, harga, distribusi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab saudia.

## B. Saran

Menurut hasil dari penelitian yang dilakukan peneliti dan kesimpulan diatas, peneliti akan memberikan saran yang hendaknya dapat memberikan suatu manfaat kepada pihak terkait dengan penelitian ini. Adapun saran yang dapat penulis sampaikan ialah sebagai berikut:

### 1. Bagi Konsumen Hijab

Pada konsumen produk hijab harus selalu memperhatikan dengan cermat sebelum memutuskan membeli hijab yang akan digunakan, dengan melakukan hal itu konsumen telah melakukan hal cerdas dan baik sebelum memutuskan untuk membeli, disamping itu sebuah produk harus selalu diperhatikan dari segi kenyamanan dan kualitasnya barangnya, dikarenakan sudah banyak nya merek-merek yang bermunculan membuat konsumen dapat memilih merek yang mana saja yang akan dibeli untuk digunakan.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dan bisa melakukan penelitian yang sama dengan menambahkan ataupun mengganti dengan variabel lain dan memperluas populasi yang tidak diteliti dalam penelitian ini.