

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai Pengaruh Gaya Hidup dan Branding Islami terhadap Keputusan Pembelian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis deskriptif dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Gaya Hidup yang didalamnya terdapat tiga indikator pada pembelian produk kebersihan sahaja pada era new normal di Kota Bandung termasuk dalam kategori “cukup baik” artinya responden dalam kehidupan sehari-hari pada era new normal menggunakan produk kebersihan sahaja sebagai produk penunjang kebersihan baik di rumah maupun di luar rumah. Persentase tertinggi terdapat pada indikator *opinion* sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator *activity*.
2. Dari hasil analisis dekriptif dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel islami branding yang di dalamnya terdapat empat indikator pada pembelian produk kebersihan sahaja pada era new normal di Kota Bandung termasuk dalam kategori “cukup baik” artinya responden dalam menjalankan aktivitasnya di era new normal di pengaruhi oleh branding yang menerapkan aturan islam. Tidak hanya sekedar halal, namun terkandung makna kebaikan dalam

produk kebersihan sahaja yang cukup baik mempengaruhi responden. Persentase tertinggi terdapat pada indikator Pentingnya Merek sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator Keakraban Merek.

3. Dari hasil analisis deskriptif dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Keputusan Pembelian termasuk dalam kategori “Baik” artinya mayoritas dari responden yakin membelanjakan uangnya untuk membeli produk kebersihan sahaja. Persentase tertinggi terdapat pada indikator Kemantapan pada sebuah produk sedangkan persentase terendah terdapat pada Melakukan Pembelian Ulang.
4. Dari seluruh hasil analisis, bahwa dapat disimpulkan terdapat pengaruh Gaya Hidup dan Islamic Branding terhadap Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut :

Dari pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dari pengujian pasial dapat disimpulkan bahwa variabel Islamic Branding memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dari hasil pengujian yang penulis lakukan membuktikan secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dan hubungan yang kuat antara variabel Gaya Hidup dan Islamic Branding terhadap Keputusan Pembelian sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

5.2 SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan,terdapat beberapa saran yang perlu dipertimbangkan tentang Gaya Hidup dan Islamic Branding pada produk kebersihan sahaja di Kota Bandung, yaitu sebagai berikut :

1. Pada Gaya Hidup, konsumen muslim diharapkan agar lebih peduli terhadap produk yang akan dipakainya dalam aktivitas sehari-hari, penggunaan produk yang mengandung unsur islami akan membantu konsumen agar lebih taat terhadap aturan agama islam. Sehingga konsumen dapat menggunakan suatu produk sekaligus menjaga ibadahnya dengan menjaga kesucian dalam penggunaan produk kebersihan yang mengandung unsur Islami.
2. Pada Islamic Branding, konsumen muslim diharapkan untuk lebih membuka wawasannya mengenai produk dengan nuansa islami. Karena tidak hanya sekedar halal, namun dengan munculnya produk baru yang mengusung kebaikan islam akan mendorong konsumen muslim untuk meningkatkan gaya hidup berdasarkan aturan agama islam yang mengajarkan kebaikan pada aktivitas sehari-harinya.
3. Pada Keputusan Pembelian, perusahaan diharapkan dapat mempromosikan produknya yang tergolong baru dengan intens agar konsumen segera familiar dengan kehadiran produk tersebut.
4. Perlu diadakan penelitian lebih lanjut tentang variabel yang berhubungan dengan Gaya Hidup dan Islamic Branding terhadap

Keputusan Pembelian di Kota Bandung. Dengan dilibatkannya variabel yang lain agar menambah referensi dan penelitian variabel-variabel ini lebih sempurna.