

BAB V

PENUTUP

Sebagai penutup dari penelitian, berikut ini akan disajikan kesimpulan dari pembahasan penelitian yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya. Kemudian akan disampaikan saran yang diharapkan bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi peneliti dalam melakukan penelitian kembali yang sesuai dengan pokok pembahasan dalam penelitian ini.

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan yang telah diuraikan dengan mengacu beberapa teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan dari hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel *Brand Image* berpengaruh secara parsial atau individu terhadap keputusan pembelian produk Jilbab Umama.
- b. Berdasarkan dari hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel *Product Diversity* berpengaruh secara parsial atau individu terhadap keputusan pembelian produk Jilbab Umama.
- c. Berdasarkan dari hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel *Brand Image* dan *Product Diversity* berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk Jilbab Umama.

B. SARAN

Berdasarkan hasil analisis dari variabel-variabel penelitian ini dan kesimpulan yang telah dicantumkan di atas, maka dapat disarankan bagi perusahaan yang ditentukan pada obyek penelitian ini dan bagi penelitian lainnya yang dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. *Brand Image* memberikan pengaruh baik terhadap Jilbab Umama. Di harapkan Umama Scarf memberikan inovasi terbaru agar konsumen Jilbab Umama Meningkat.

- b. *Product Diversity* memberikan pengaruh baik terhadap Jilbab Umama. Maka sebaiknya, Umama Scarf harus mengembangkan desain dan warna yang lebih menarik, supaya tingkat pembelian Jilbab Umama lebih meningkat.
- c. *Brand Image* dan *Product Diversity* memberikan pengaruh baik terhadap Jilbab Umama dalam Keputusan Pembelian. Maka diharapkan Umama Scarf tetap mempertahankan kualitas dan kepercayaan konsumennya.

