

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai hubungan antara VALS dengan *style fashion* muslim kontemporer tipe *classic elegant* pada 147 konsumen merek X yang menjadi sampel, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Tipe VALS pada konsumen merek X tipe *classic elegant* didominasi oleh tipe *believers*.
2. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara VALS tipe *thinkers*, *experiencers*, *achievers*, *believers*, *makers*, *strivers*, *survivors*, dan *innovators* dengan *style fashion* muslim kontemporer tipe *classic elegant* pada konsumen merek X.

#### 5.2 Saran

Berikut adalah saran yang diajukan oleh peneliti berdasarkan pembahasan data yang telah dijelaskan sebelumnya.

1. Perusahaan merek X diharapkan menggunakan segmentasi pasar agar bisa memasarkan produk yang tepat sesuai dengan karakteristik konsumen, serta segmentasi produk agar bisa mendesain produk yang lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen, sehingga akan tercapai strategi marketing yang tepat dan efektif untuk memenangkan kompetisi pasar *fashion* muslim di Indonesia.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan mencari dan memilih instrumen yang akan digunakan dengan sebaik mungkin agar sesuai dengan tujuan penelitian dan hasil penelitiannya maksimal.
3. Jika variabel yang diteliti terbagi ke dalam kategori, peneliti selanjutnya diharapkan memenuhi jumlah minimal sampel dalam setiap kategori, sehingga dapat dilakukan pengujian dan analisis lebih lanjut, serta hasilnya representatif untuk menggambarkan keadaan suatu populasi dalam kategori tersebut.