

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim PT.Musaafir Setia Utama (Survei Pada Konsumen Busana Muslim PT.Musaafir Setia Utama Di Kota Bandung), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk busana muslim PT.Musaafir Setia Utama berdasarkan penilaian konsumen secara umum sudah baik. Hal ini dilihat dari tanggapan responden terhadap kualitas produk yang dilihat dari kinerja, daya tahan, ciri-ciri atau keistimewaan tambahan, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, estetika dan persepsi terhadap kualitas yang secara umum berada di kategori cukup tinggi. Penilaian tertinggi oleh konsumen ada pada ciri-ciri atau keistimewaan tambahan. Konsumen menyatakan bahwa busana muslim PT.Musaafir Setia Utama memiliki variasi model, variasi warna, variasi desain/corak dan variasi ukuran.
2. Keputusan pembelian busana muslim PT.Musaafir Setia Utama menurut penilaian konsumen tergolong baik, dan penilaian responden pada keputusan dalam pemilihan pemasok sangat tinggi. Hal ini dikarenakan outlet busana muslim PT.Musaafir Setia Utama berada di tempat yang mudah dijangkau dan berada di pusat perbelanjaan yang sering didatangi konsumen.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh sedang atau cukup signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim PT.Musaafir Setia Utama

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh maka penulis menyatakan hal-hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan manfaat dan menjadi masukan bagi PT. Musaafir Setia Utama dalam hal memperkuat kualitas produk dan keputusan pembelian busana muslimnya, yaitu sebagai berikut:

1. Penilaian konsumen terhadap kesesuaian dengan spesifikasi memiliki skor rendah, hal ini karena konsumen menyatakan bahan dasar dari busana muslim sebenarnya sudah cukup baik namun terdapat keraguan pada saat konsumen memegang bahan dasar dari beberapa produknya, konsumen merasa kurang nyaman akan bahannya sehingga masih ada keraguan pada konsumen dikarenakan bahan dasar yang kurang sesuai dengan keinginan konsumen. Sehingga hal ini harus menjadi pertimbangan oleh PT.Musaafir Setia Utama dalam menentukan jenis bahan dasar yang akan dibuat busana muslim kedepannya.
2. Hasil penelitian pada keputusan pembelian busana muslim PT.Musaafir Setia Utama dikategorikan cukup tinggi. Oleh karena itu perusahaan senantiasa harus dapat terus berkomitmen untuk tetap memperkuat keputusan pembelian secara konsisten dan terintegrasi dalam setiap strategi *marketing*. Seperti terus memberikan kemudahan pada konsumen

seperti kemudahan dalam pembayaran, menyediakan stok produk yang banyak diminati konsumen di outletnya, dan terus membangun kepercayaan konsumen terhadap merek produk yang baik agar dapat pula meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian akan produknya.

3. Strategi kualitas produk terhadap keputusan pembelian busana muslim PT. Musaafir Setia Utama memperlihatkan pengaruh yang sedang. Hal ini memberi gambaran pada perusahaan walaupun kualitas produk tidak terlalu berpengaruh, namun perusahaan tidak dapat mengabaikan strategi kualitas produk untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, oleh karena itu peneliti juga menyarankan agar PT. Musaafir Setia Utama dapat melakukan identifikasi pada faktor-faktor lain tersebut yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produknya.
4. Saran untuk penelitian berikutnya diharapkan peneliti melakukan studi terhadap suatu produk secara lebih luas seperti mempertimbangkan faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal dan kontribusi yang maksimal pula untuk peneliti.