

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bagian ini menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran terhadap penelitian yang dilakukan.

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah dilakukannya analisis dari hasil pengolahan data pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Berdasarkan empat variabel demografi yang diteliti, perilaku responden dalam membeli merek hijab premium oleh variabel pekerjaan dan penghasilan responden per bulannya.
2. Responden masih mengutamakan kualitas dalam memilih hijab premium. Atribut teratas yang dianggap sangat penting oleh responden adalah bahan terasa nyaman saat digunakan (91,82%), produk tidak memiliki kecacatan (seperti: jahitan rapih, atau tanpa bekas kotor) (91,82%), produk tahan lama dan tidak mudah rusak (89,09%), informasi terkait produk sesuai dengan kondisi asli (88,18%), dan bahan berkualitas tinggi (82,73%).
3. Hasil penelitian segmentasi pasar menunjukkan dua segmen pasar yang dikelompokkan berdasarkan atribut yang dipertimbangkan dalam memilih hijab premium. Masing-masing segmennya dengan 3 atribut yang paling dipentingkan oleh kelompok responden tersebut berbeda, yaitu pada segmen 1 lebih mementingkan atribut bahan berkualitas tinggi, kenyamanan saat digunakan, dan ketahanan produk yang baik. Sedangkan segmen 2 mementingkan berbagai bentuk promosi seperti hadiah langsung atau gift set saat pembelian hijab, pemberian voucher diskon untuk pembelian selanjutnya, serta promo rutin seperti diskon besar-besaran pada momen-momen tertentu atau *flash sale*.
4. Posisi persaingan merek hijab premium yang diperoleh dari peta persepsi menunjukkan bahwa terdapat pengelompokan merek berdasarkan atribut yang menonjol, yaitu: Buttons scarves memiliki

pesaing Ria Miranda dan Klamby. Ria Miranda memiliki pesaing Buttonscarves dan Kamiidea. Napocut memiliki pesaing Ria Miranda dan Kamiidea. Klamby memiliki pesaing Kamiidea dan Ria Miranda. Kamiidea memiliki pesaing Klamby dan Ria Miranda.

5. Peta persepsi tingkat kesamaan terlihat bahwa antara kelima merek hijab premium yang diteliti, hanya beberapa yang memiliki kemiripan. Kemiripan tersebut dapat dijadikan pesaing bagi merek-merek hijab premium lain yang berdekatan. Buttonscarves bersaing dengan Klamby, Ria Miranda bersaing dengan Kamiidea, sedangkan Napocut dianggap berbeda dari merek lainnya berdasarkan atribut yang ditentukan.

## 5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dari penelitian ini yaitu:

1. Menggunakan atribut hijab premium yang lain disesuaikan dengan kondisi dan permasalahan di masa yang akan datang.
2. Merek hijab premium mengembangkan produk sesuai segmen pasar, menggunakan strategi branding yang tepat, memanfaatkan media sosial, dan melakukan analisis *positioning* secara berkala.

