

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Mengacu pada temuan riset serta uraian pembahasan terkait keterhubungan persepsi mutu barang dan persepsi tarif terhadap tindakan transaksi Hijab Rabbani di Rabbani Store Ngawi, maka dapat dirumuskan beberapa poin simpulan antara lain:

1. Penilaian pelanggan terhadap mutu barang terbukti mempunyai kontribusi terhadap tindakan transaksi Hijab Rabbani di Rabbani Store Ngawi. Semakin tinggi apresiasi pelanggan terhadap mutu barang, maka dorongan pelanggan untuk melakukan transaksi juga cenderung bertambah. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa unsur seperti kenyamanan material, kerapian jahitan, daya tahan produk, serta tampilan desain yang menarik mampu mendorong ketertarikan pelanggan dalam memilih Hijab Rabbani.
2. Persepsi tarif turut memberikan kontribusi terhadap tindakan transaksi Hijab Rabbani di Rabbani Store Ngawi. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa ketika nominal Hijab Rabbani dipersepsikan layak dan sepadan dengan manfaat maupun kenyamanan yang diperoleh, maka dorongan pelanggan dalam melakukan transaksi cenderung meningkat.

## 5.2 Saran

Penelitian yang dilakukan memberikan sejumlah masukan yang dapat dimanfaatkan sebagai acuan dalam upaya mendorong peningkatan tindakan transaksi pelanggan, terutama bagi Rabbani Store Ngawi. Adapun sejumlah usulan yang dapat diperhatikan antara lain sebagai berikut:

1. Rabbani Store Ngawi diharapkan tetap menjaga sekaligus meningkatkan mutu produk hijab, baik dari aspek bahan, kenyamanan saat digunakan, kerapian jahitan, maupun desain yang mengikuti perkembangan mode terkini. Upaya tersebut penting dilakukan agar pelanggan tetap merasa puas terhadap produk yang ditawarkan sehingga minat pembelian dapat terus meningkat.
2. Rabbani Store Ngawi perlu memperhatikan kebijakan penetapan harga dengan memastikan harga produk tetap mampu bersaing dengan brand hijab lain yang memiliki jenis serupa. Penentuan harga yang seimbang dengan mutu serta manfaat produk akan membentuk pandangan positif pelanggan sehingga mampu meningkatkan kecenderungan pembelian.
3. Kajian berikutnya diharapkan mampu memperluas pembahasan pada riset ini dengan memasukkan unsur lain yang diperkirakan turut berkontribusi terhadap tindakan transaksi pelanggan, seperti reputasi merek, aktivitas pemasaran, mutu pelayanan, perkembangan tren fashion, maupun tingkat kepercayaan pelanggan. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat menggunakan cakupan objek penelitian yang

lebih luas agar hasil penelitian yang diperoleh menjadi lebih mendalam dan menyeluruh.