BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori, pengolahan data, dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat tiga faktor utama yang terbentuk dari tiga belas faktor yang dianalisis dalam penelitian ini. Faktor sosial menjadi faktor kedua yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli busana Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung. Hal ini dibuktikan dengan adanya tanggapan responden yang menyatakan setuju serta didukung oleh faktor dari deskripsi responden yaitu faktor umur, pendidikan dan pekerjaan terhadap keputusan konsumen membeli busana Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung. Dengan adanya pertimbangan indikator variabel sosial, yaitu kelompok acuan, keluarga dan peran status. Sehingga variabel sosial menjadi variabel ketiga yang memenuhi kriteria dari analisis faktor terbentuk yang disebut dengan faktor sosial.

Berdasarkan hasil penelitian, faktor budaya menjadi salah satu faktor yang tidak dipertimbangkan konsumen dalam membeli busana Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung. Karena indikator dari faktor budaya telah masuk kedalam faktor psikologis, sosial, dan pribadi.

Faktor pribadi menjadi faktor ketiga yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli busana Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung. Hal ini dibuktikan dengan adanya tanggapan responden yang menyatakan setuju serta didukung oleh faktor dari deskripsi responden yaitu faktor umur, pendidikan dan pekerjaan terhadap keputusan konsumen membeli busana Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung

dengan adanya pertimbangan indikator faktor pribadi, yang terdiri dari usia dan tahap siklus hidup kelompok acuan, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, kepribadian dan konsep diri serta gaya hidup. Sehingga faktor pribadi menjadi faktor ketiga yang memenuhi kriteria dari analisis faktor terbentuk yang disebut dengan faktor pribadi.

Faktor psikologis menjadi faktor pertama yang terbentuk dalam analisis faktor dan menjadi faktor yang paling dipertimbangkan konsumen membeli busana Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung. Hal ini dibuktikan dengan adanya tanggapan responden yang menyatakan setuju serta didukung oleh faktor dari deskripsi responden yaitu faktor umur, pendidikan dan pekerjaan terhadap keputusan konsumen membeli busana Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung. dengan adanya pertimbangan indikator faktor psikologis, yaitu proses psikologis utama, persepsi, motivasi serta memori.

Dalam penelitian ini terdapat tiga faktor yang terbentuk. Faktor yang paling dipertimbangkan konsumen dalam dalam membeli busana Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung adalah faktor psikologis. Anggota faktor ini adalah proses psikologis utama, persepsi, kelas sosial, memori, peran dan status. Dengan melakukan generalisasi dari keempat variabel tersebut, faktor satu selanjutnya dinamakan sebagai faktor psikologis. Karena berdasarkan nilai eigen value, faktor psikologis berada pada faktor pertama dengan nilai tertinggi diantara faktor sosial dan pribadi.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya

   Berdasarkan hasil analisis pada pembahasan, penulis hanya membahas mengenai analisis faktor dengan metode *principal component* dalam pembentukan faktor, sehingga pembaca dapat menggunakan metode yang lain seperti *common factor* atau *maximum likelihood method* serta menambah variabel atau responden. Penambahan teori baik islam maupun konvensional dan penelitian terdahulu guna menunjang penelitian selanjutnya.

2. Bagi Adzkia Hijab Syar'I Tulungagung

   Dengan penelitian ini diharapkan Adzkia Hijab Syar'I Tulungagung dapat ,e;akukan beberapa pendekatan baik dari sosial, budaya, pribadi dan psikologis, sehingga dapat mendorong para konsumen untuk loyal terhadap pembelian busana Adzkia Hijab Syar'I Tulungagung.

3. Bagi akademik

   Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.