



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh atribut hijab yang dikenakan oleh *Brand Ambassador* Wardah Dian Pelangi terhadap minat beli non-muslim mahasiswa STIKS Tarakanita DKI Jakarta, kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut.

1. Secara deskriptif, responden tidak menyetujui bahwa produk wardah hanya dikhususkan untuk wanita muslim saja. Artinya, mayoritas mahasiswi STIKS Tarakanita DKI Jakarta menganggap bahwa produk Wardah bisa digunakan untuk wanita muslim maupun non muslim
2. Sebesar 99.6% produk wardah masih diminati oleh mahasiswi non-muslim di STIKS Tarakanita DKI Jakarta karena adanya faktor lain yang tidak diteliti
3. Dari hasil penelitian yang didapatkan bahwa tidak ada pengaruh atribut hijab yang dikenakan oleh *Brand Ambassador* Wardah Dian Pelangi terhadap minat beli non-muslim, akan memberikan hasil yang positif untuk perusahaan terkait, yaitu Wardah. Penelitian ini menjelaskan bahwa hal yang dilakukan oleh Wardah saat ini tepat dan benar. Walaupun terlihat seperti mengusung suatu agama tertentu, atribut hijab yang digunakan oleh *brand ambassador* tidak mempengaruhi minat beli dari non-muslim. Dengan demikian, produk kecantikan ini tetap dapat diterima oleh seluruh agama maupun kalangan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini, peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut.

1. Tidak adanya pengaruh atribut hijab menunjukkan pihak Wardah tidak perlu mengkhawatirkan atribut hijab yang dikenakan oleh *brand ambassador*. Namun, akan lebih baik apabila pihak Wardah terus meningkatkan kualitas dari produk kecantikannya tersebut.
2. Dengan memelihara harga dan kualitas, Wardah dapat membuat produk yang lebih berkelas dengan harga yang terjangkau.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar dapat terus mengembangkan penelitian ini dengan mencari tahu lebih lanjut mengenai variabel di luar atribut hijab yang dikenakan oleh *Brand Ambassador* Wardah yang diduga dapat mempengaruhi minat beli non-muslim. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan mengganti target responden penelitian adalah pengguna muslim.