

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh konsumen dalam memilih hijab, yaitu:

1. Kualitas hijab yang inkonsisten, yang memengaruhi keputusan repeat order pelanggan.
2. Kurangnya variasi jenis hijab dan bahan, sehingga konsumen sulit menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka untuk berbagai aktivitas.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Laasya Wear menerapkan beberapa solusi berikut:

1. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk dengan memastikan bahan yang digunakan nyaman, tahan lama, dan melalui proses quality control ketat sebelum dipasarkan.
2. Menyediakan produk hijab dengan jenis dan bahan yang variatif serta menghadirkan pilihan hijab lain seperti hijab pashmina square, hijab square oval

Dengan strategi ini, Laasya Wear diharapkan mampu meningkatkan daya saing bisnis, menarik lebih banyak pelanggan, serta membangun loyalitas jangka panjang di industri hijab.

#### **5.2 Saran**

Untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis, Laasya Wear disarankan untuk memperluas jangkauan pemasarannya dengan memanfaatkan platform digital lain seperti TikTok, Facebook, dan marketplace e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia. Selain itu, strategi pemasaran dapat dioptimalkan dengan menciptakan konten yang lebih menarik, seperti tutorial hijab, review pelanggan, serta kolaborasi dengan influencer hijab untuk meningkatkan awareness dan engagement.

Dari sisi produk, Laasya Wear perlu terus berinovasi dengan menambah variasi hijab, baik dari segi model maupun bahan yang digunakan, seperti hijab

berbahan ramah lingkungan atau edisi khusus yang mengikuti tren pasar. Peningkatan kualitas juga perlu menjadi prioritas dengan menerapkan quality control yang lebih ketat agar konsistensi produk tetap terjaga dan meningkatkan tingkat repeat order pelanggan. Dengan menerapkan strategi ini, Laasya Wear diharapkan dapat terus berkembang dan dipercaya oleh audience.

