

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait penelitian yang berjudul “Pengaruh Budaya Populer Islam dan *Fashion* Bermerek terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Thrifting* (Studi Pada Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah)” sebagai berikut:

1. Budaya Populer Islami ( $X_1$ ) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dikarenakan Budaya Populer Islami memiliki nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $-1,826 < 1,991$  dengan tingkat signifikansi  $0,072 > 0,05$ . Produk *Fashion Thrifting* Bermerek ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dikarenakan *Fashion* Bermerek memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,581 > 1,991$  dengan tingkat signifikansi  $0,012 < 0,05$ . Kemudian terdapat pengaruh secara simultan antara Budaya Populer Islami dan Produk *Fashion Thrifting* Bermerek terhadap Keputusan Pembelian. Hasil ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $9,567 > 3,12$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
2. Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah sangat mengutamakan merek dalam membeli produk *fashion thrifting*. Kebutuhan dan harga yang lebih murah juga menjadi pertimbangan utama bagi mereka dalam melakukan

pembelian. Dengan kualitas yang masih bagus dan dari berbagai *brand* ternama membantu mahasiswa untuk lebih percaya diri dalam menggunakan produk *thrifting* untuk menunjang penampilan mereka. Oleh karena itu, *fashion* yang bermerek dapat dianggap memiliki manfaat yang besar bagi mahasiswa dalam membeli produk *thrifting*, baik dari segi kualitas, fitur, harga yang lebih terjangkau, dan sebagainya sehingga dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi mereka ketika menggunakan *fashion thrifting* bermerek.

## **B. Saran**

Penelitian ini terbatas pada jumlah variabel dan wilayah studi hanya di kalangan Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah. Oleh karena itu, peneliti menyarankan pada peneliti selanjutnya untuk menggunakan atau menambah variabel penelitian lain yang sekiranya dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan memperluas pengambilan sampel sehingga hasil penelitian lebih akurat dan memiliki jangkauan yang lebih luas. Selain itu, dapat memperdalam penelitian terkait budaya populer islami, dikarenakan masih sedikit peneliti yang mengkaji mengenai variabel tersebut.

Selanjutnya, bagi pelaku bisnis terutama industri halal diharapkan agar lebih memperhatikan produk-produk *thrifting* bermerek yang dimilikinya dengan mengedepankan kualitas, harga, dan manfaat yang diberikan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Selain itu, pelaku bisnis harus lebih jeli dalam melihat pergeseran budaya yang sedang populer yaitu dapat dengan mengikuti

perkembangan pasar dan menciptakan inovasi-inovasi baru terhadap produk-produk *fashion* yang sedang tren, sehingga hal ini nantinya dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian dan menambah output penjualan, mengingat bahwa persaingan bisnis dalam industri *fashion* saat ini semakin ketat dan terus mengalami perkembangan yang pesat.