

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

I.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada analisis yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen generasi z pada tren fesyen menggunakan aplikasi SPSS 25.0. maka dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen. Pembatasan terhadap gaya hidup penting untuk membatasi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk fesyen, dapat dikatakan bahwa pembatasan gaya hidup yang akan diaplikasikan kepada individu akan berpengaruh terhadap intensitas pengeluaran Ketika melakukan pembelian produk fesyen. Kemudian pemahaman etika konsumsi Islam memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen, bahwa pemahaman etika konsumsi Islam perlu diimplementasikan oleh individu karena hal tersebut penting dalam mengatur perubahan perilaku konsumen sehingga jika pemahaman etika konsumsi Islam tersebut dapat diimplementasikan dengan baik maka tidak akan terjadi perilaku tabzir atau boros. Selanjutnya halal fesyen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen, halal fesyen bukan satu-satunya bahan pertimbangan individu dalam melakukan pembelian produk fesyen. Masih terdapat beberapa faktor yang lebih kuat untuk mempengaruhi perilaku konsumen pada tren fesyen, selain itu karena memang sudah kewajiban bagi umat Islam untuk menaati adab berpakaian umat Islam itu sendiri maka secara parsial masih banyak faktor lainnya yang berpengaruh secara signifikan dan kuat terhadap perilaku konsumen. Selain itu gaya hidup, pemahaman etika konsumsi Islam dan halal fesyen secara simultan berpengaruh signifikan.

I.2 Keterbatasan Penelitian

Ketika menjalankan penelitian ini peneliti menghadapi beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Belum banyaknya penelitian terdahulu yang membahas mengenai perilaku konsumen pada tren fesyen sehingga masih kurangnya referensi yang digunakan oleh peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Jumlah responden yang mengisi kuesioner penelitian ini masih jauh dari kata banyak jika dibandingkan dengan populasi masyarakat muslim dengan rentang umur 16-26 tahun di Jabodetabek.
3. Objek penelitian hanya difokuskan pada generasi z yang mana masih ada generasi lainnya yang masih dalam usia produktif sehingga dapat dijadikan objek penelitian agar dapat menunjukkan perbedaan pendapat dan pemikiran bagi masyarakat produktif yang telah bekerja.

I.3 Saran

Berdasarkan pada penelitian ini terdapat beberapa saran yang dapat dianjurkan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya
 - a) Pada penelitian selanjutnya diharapkan untuk mengambil sampel lebih banyak agar data tersebut dapat lebih akurat dan lebih baik dalam penelitiannya.
 - b) Diharapkan penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian ini secara berkelanjutan untuk melihat perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu.
 - c) Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang sekiranya mempengaruhi banyak dalam penelitian ini.
2. Bagi generasi z
 - a) Bagi generasi z diharapkan dapat melaksanakan implementasikan pemahamannya mengenai etika konsumsi Islam dalam melakukan pembelian produk fesyen sehingga dapat menghindari perilaku tabzir pada individu.
 - b) Diharapkan dengan adanya penelitian ini generasi z jadi lebih *aware* dalam membatasi perilaku konsumen yang membawa dampak yang negatif bagi individu. Dengan pembatasan ini, dana yang seharusnya

dibelanjakan untuk melakukan pembelian produk fesyen dapat dialihkan untuk keperluan lainnya di masa mendatang.