

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pada analisis yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab di *e-commerce*, yang berarti hijab yang berkualitas dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, karena hijab yang dapat memberikan kenyamanan seperti tidak terasa panas saat digunakan dan tetap rapih meskipun dipakai seharian sangat memengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian. Kemudian, gaya hidup halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian hijab di *e-commerce*, yang berarti hijab yang memenuhi ketentuan berpakaian dalam Islam memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian, selain itu hijab yang dapat digunakan untuk berbagai kesempatan membuat konsumen tertarik karena aktivitas pembelanjaan yang dilakukan menjadi tidak boros. Selanjutnya, *electronic word of mouth* memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab di *e-commerce*, yang artinya penilaian atau komentar dari konsumen baik positif atau negatif dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen lainnya, karena sebagian besar konsumen sangat memperhatikan ulasan dan penilaian terkait produk tersebut sebelum melakukan pembelian.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian tentunya terdapat keterbatasan, peneliti mengidentifikasi hal-hal yang dapat dikatakan sebagai keterbatasan pada penelitian ini, diantaranya:

1. Sampel dalam penelitian ini yaitu masyarakat DKI Jakarta, namun sebagian besar responden merupakan pelajar/mahasiswa.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel bebas yaitu kualitas produk, gaya hidup halal, dan *electronic word of mouth*. Sedangkan, masih banyak variabel bebas lainnya yang dapat menjelaskan pengaruh keputusan pembelian hijab di *e-commerce*, seperti harga, kualitas pelayanan, *islamic branding*, dan promosi.

5.3 Saran

Beberapa saran dapat diberikan kepada pihak terkait berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diantaranya:

1. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti menggunakan topik serupa, disarankan untuk memperdalam topik dengan menambahkan variabel independen lainnya, dan dapat menggunakan subjek penelitian yang lebih luas.

2. Bagi pengusaha hijab

Bagi pengusaha hijab disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk baik keandalan, daya tahan, gaya, dan kualitas yang dipersepsikan dalam hijab yang diproduksinya, yang tentunya produk hijab tersebut masih dalam koridor yang diperbolehkan dalam syariat Islam. Selain itu, pengusaha hijab dapat lebih mengelola interaksi dua arah dengan para konsumen, dan membalas komentar ataupun ulasan dari konsumennya.

3. Bagi konsumen

Bagi konsumen disarankan untuk memperhatikan kualitas hijab yang akan dibelinya, yang dapat dilihat dari komentar atau ulasan dari konsumen lain. Selain itu, konsumen muslim juga harus memperhatikan aspek gaya hidup halal seperti, membeli dari merek yang memiliki komitmen terhadap prinsip halal, yang sesuai dengan etika berpakaian dalam Islam dan membeli hijab yang berkualitas agar dapat dimanfaatkan dalam jangka panjang.