

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel tren fesyen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *sneakers* masyarakat Jakarta. Hal ini mencerminkan bahwa elemen tren fesyen, seperti desain, warna, atau model yang sedang diminati, menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian. Bagi pelaku industri *sneakers*, hasil ini memberikan wawasan bahwa mereka perlu secara aktif mengikuti dan bahkan memengaruhi tren fesyen untuk meningkatkan daya tarik produk mereka di pasar Jakarta. Upaya seperti kolaborasi dengan desainer terkenal, peluncuran edisi terbatas, atau kampanye pemasaran berbasis tren dapat menjadi strategi yang efektif untuk menarik konsumen. Selanjutnya, variabel literasi halal juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *sneakers* masyarakat Jakarta. Masyarakat dengan literasi halal yang baik cenderung lebih selektif dalam memilih produk, memastikan bahwa produk tersebut sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai halal tidak hanya menjadi panduan spiritual, tetapi juga memengaruhi preferensi konsumen dalam konteks gaya hidup modern, termasuk dalam memilih *sneakers*. Yang terakhir, variabel gaya hidup halal tidak mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap minat beli *sneakers* masyarakat Jakarta. Hal ini mengindikasikan bahwa prinsip halal, meskipun penting bagi sebagian kelompok, belum menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian produk non-makanan seperti *sneakers*. Konsumen di Jakarta tampaknya lebih mempertimbangkan aspek lain, seperti desain, merek, kualitas, harga, atau tren fesyen, yang lebih relevan dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Selain itu, rendahnya pengaruh gaya hidup halal juga mencerminkan kesadaran masyarakat yang mungkin masih terbatas mengenai penerapan prinsip halal pada produk fesyen.

5.2 Keterbatasan

Keterbatasan yang telah diidentifikasi oleh peneliti dalam penelitian ini antara lain:

- a) Penelitian ini fokus pada masyarakat Jakarta, yang memiliki karakteristik unik sebagai kota metropolitan. Karena itu, hasil penelitian ini mungkin tidak dapat diterapkan pada daerah lain dengan tingkat urbanisasi yang berbeda., gaya hidup, dan kebutuhan yang berbeda.
- b) Preferensi konsumen dalam dunia fesyen sangat dinamis dan dipengaruhi oleh tren yang berubah-ubah. Penelitian ini mungkin hanya mencerminkan kondisi pada waktu tertentu dan belum mampu menangkap perubahan jangka panjang dalam perilaku konsumen.

5.3 Saran

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menghasilkan beberapa saran yang perlu disampaikan, yaitu:

1. Saran Teoritis

Bagi Peneliti Selanjutnya:

- a) Penelitian selanjutnya dapat dilakukan di wilayah lain dengan demografi yang berbeda dan tingkat religiositas yang lebih tinggi.
- b) Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan penggunaan variabel lain yang relevan untuk menggali lebih dalam pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap minat beli produk.

2. Saran Praktis

Bagi Produsen *Sneakers*:

- a) Produsen perlu secara aktif memantau dan mengikuti tren fesyen global untuk memastikan produk tetap relevan di pasar.
- b) Produsen dapat memberikan edukasi mengenai bahan dan proses produksi yang sesuai dengan prinsip halal, melalui label, kampanye, atau platform digital.
- c) Sediakan variasi sneakers yang menggabungkan nilai fesyen dan halal untuk memenuhi preferensi konsumen dari berbagai segmen.