

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis dan pengujian hipotesis, variabel media sosial, kesadaran halal, dan gaya hidup terbukti secara mutlak memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *slow fashion* halal di wilayah Jabodetabek. Secara spesifik, media sosial menjadi motor penggerak paling dominan melalui ulasan organik dan *electronic word-of-mouth* (e-WOM) yang sangat diandalkan konsumen sebagai validasi sosial sebelum bertransaksi. Kepercayaan ini diperkuat oleh kesadaran halal yang menjadi fondasi kognitif, yakni melalui perpaduan antara pemahaman syariat dasar berbusana dan etika lingkungan yang sukses membuat konsumen merasa jauh lebih aman dalam memilih busana Muslim berkelanjutan. Selain itu, faktor gaya hidup turut mengonfirmasi adanya pergeseran perilaku bermakna melalui moderasi konsumsi, yang menegaskan bahwa gaya hidup berkelanjutan telah diinternalisasi menjadi prinsip pengambilan keputusan nyata dan bukan sekadar tren musiman. Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa integrasi antara interaksi digital yang positif, literasi syariat yang menyeluruh, serta gaya hidup tidak konsumtif merupakan kunci utama dalam mendongkrak adopsi produk *slow fashion* halal di pasar metropolitan yang dinamis.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diupayakan secara maksimal sesuai dengan kaidah metodologi ilmiah, namun masih memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Ruang lingkup demografis penelitian ini hanya difokuskan pada konsumen produk *slow fashion* halal yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Oleh karena itu, simpulan dari temuan ini belum tentu dapat digeneralisasikan pada konsumen di wilayah atau provinsi lain yang mungkin memiliki karakteristik sosial dan budaya yang berbeda. Selain itu, instrumen pengukuran penelitian ini dibatasi pada variabel independen media sosial, kesadaran halal, dan gaya hidup. Merujuk pada hasil uji koefisien determinasi, variabel-variabel tersebut baru mampu

menjelaskan sebagian variasi minat beli, sehingga masih terdapat potensi dari faktor-faktor dominan lain di luar model penelitian ini yang belum tereksplorasi.

5.3 Saran

Berdasarkan temuan dan simpulan penelitian, terdapat sejumlah rekomendasi strategis yang dapat diberikan guna memberikan kontribusi pada pengembangan ranah akademis dan praktik di industri terkait:

1. **Saran Teoritis:** Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas jangkauan wilayah penarikan sampel ke kota-kota besar lainnya di luar Jabodetabek agar hasil analisis yang didapatkan memiliki tingkat representasi nasional yang lebih solid. Selain itu, peneliti berikutnya sangat direkomendasikan untuk menambahkan atau mengeksplorasi variabel-variabel independen lain yang secara logis mampu mengintervensi minat beli, seperti persepsi harga, kualitas bahan, citra merek (*brand image*), atau efektivitas kampanye pemasaran ramah lingkungan (*green marketing*). Penambahan variabel tersebut diharapkan mampu menutupi celah varians yang belum terjelaskan sehingga menghasilkan model prediktif yang jauh lebih komprehensif.
2. **Saran Praktis:** Bagi para pelaku usaha dan merek busana Muslim yang berfokus pada ranah *slow fashion* halal, temuan ini memberikan implikasi manajerial yang konkret. Pertama, dari segi media sosial, merek disarankan untuk tidak sekadar melakukan promosi penjualan satu arah (*hard selling*), melainkan secara aktif memfasilitasi *user-generated content* (UGC) dan ulasan organik dari konsumen guna membangun kredibilitas. Kedua, terkait kesadaran halal, produsen wajib menjaga transparansi pemenuhan standar syariat sekaligus terus mengedukasi konsumen bahwa nilai kehalalan juga mencakup proses produksi yang etis dan ramah lingkungan (*thayyib*). Terakhir, untuk merespons pergeseran gaya hidup konsumen yang semakin rasional, produsen harus menggeser fokus produksinya pada penciptaan koleksi pakaian yang memiliki durabilitas tinggi, berkualitas premium, serta memiliki desain klasik yang mudah dipadupadankan (*capsule*

wardrobe), alih-alih mengejar siklus produksi busana cepat (*fast fashion*) yang rawan menjadi limbah.