

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan tentang “Pengaruh Harga, *Online Customer Review* dan Halal *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion* Muslim Pada *Marketplace* Shopee (Studi Pada Generasi Z di Kabupaten Pati)” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *fashion* muslim pada *marketplace* Shopee di kalangan generasi Z Kabupaten Pati. Hal ini dibuktikan dengan perhitungan statistik parsial yaitu nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,501 > 1,661$) dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan Khafidatul Ilmiyah dan Indra Krishernawan (2020) yang menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Generasi Z dalam melakukan pembelian *fashion* muslim di Shopee mereka cenderung melakukan berbagai pertimbangan, salah satunya harga. Harga yang terjangkau, kualitas produk terjamin, serta manfaat yang diperoleh menjadi faktor terpenting dalam keputusan pembelian.
2. *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *fashion* muslim pada *marketplace* Shopee di kalangan generasi Z Kabupaten Pati. Hal ini dibuktikan dengan perhitungan statistik parsial yaitu nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,359 > 1,661$) dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan Nur Laili Hidayati (2018) yang menyatakan *online customer review* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ulasan ini bermanfaat untuk mengetahui aspek terkait informasi produk sehingga calon konsumen mendapatkan produk sesuai apa yang diharapkan. Adanya ulasan positif mempengaruhi generasi Z dalam melakukan pembelian produk *fashion* muslim.
3. Halal *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *fashion* muslim pada *marketplace* Shopee di kalangan generasi Z Kabupaten Pati. Hasil ini dapat dibuktikan dari pengujian statistik parsial yaitu nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,341 > 1,661$) dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan Yuliana Ulfidatul Hoiriyah dan Yustina Chrismardan (2021) yang menyatakan halal *lifestyle* memiliki pengaruh signifikan

terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup halal menjadi acuan bagi generasi Z dalam melakukan pembelian *fashion* muslim, hal ini dikarenakan adanya kepercayaan bahwa setiap produk halal telah terjamin keamanannya.

4. Harga, *Online Customer Review* dan *Halal Lifestyle* berpengaruh positif dan simultan terhadap keputusan pembelian *fashion* muslim pada *marketplace* Shopee di kalangan generasi Z Kabupaten Pati. Hasil ini dapat dibuktikan dari pengujian signifikan simultan dan diperoleh nilai $F_{hitung} > 2,70$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan Khafidatul Ilmiyah dan Indra Krishernawan (2020); penelitian Nur Laili Hidayati (2018); serta penelitian Yuliana Ulfidatul Hoiriyah dan Yustina Chrismardan (2021) yang menyatakan bahwa harga, *online customer review* dan *halal lifestyle* secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Konsumen generasi Z dalam melakukan pembelian produk *fashion* muslim mereka cenderung mempertimbangkan harga, *online customer review* dan *halal lifestyle*.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, beberapa pihak memberikan masukan antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
Perusahaan diharapkan lebih memperhatikan harga, *online customer review* dan *halal lifestyle* pada pemasaran produk *fashion* muslim di Shopee. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar konsumen lebih tertarik untuk melakukan pembelian.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan hasil penelitian atau menambahkan variabel bebas lainnya yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian *fashion* muslim. Peneliti Selanjutnya dapat juga memperluas objek penelitian sehingga didapatkan pemahaman yang lebih spesifik.
3. Bagi generasi Z di Kabupaten Pati diharapkan lebih selektif dalam mempertimbangkan pembelian produk *fashion* muslim.