

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan dan pemaparan analisis bab sebelumnya, peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian busana muslim masyarakat Kudus belanja di Toko Zoya Kudus sebagai berikut:

1. Terdapat 4 faktor yang menjadi pertimbangan oleh konsumen saat akan membeli busana muslim Zoya di Zoya Kudus yaitu: faktor harga, faktor bahan, faktor model, dan faktor stok barang. *Pertama*, faktor harga. Sebagian konsumen mempertimbangkan harga busana muslim Zoya karena harganya yang terlalu mahal sehingga meskipun ada model yang disukai konsumen tidak jadi membeli. *Kedua*, faktor bahan. Para konsumen setiap kali melakukan pembelian busana muslim akan mempertimbangkan terlebih dahulu material bahan yang digunakan. Kualitas bahan yang bagus dari Zoya membuat konsumen senang dan puas dengan busana muslim Zoya yang mereka beli dan terlihat bagus ketika dikenakan, serta terasa nyaman. *Ketiga*, faktor model. Kebanyakan konsumen mencari model yang terbaru untuk yang lagi trend saat ini. Akan tetapi keseringan model busana muslim Zoya yang ada di toko Zoya Kudus ini, yang diinginkan oleh para konsumen belum datang atau sudah habis. *Keempat*, faktor stok barang. Stok barang juga menjadi pertimbangan selanjutnya dari konsumen, karena jika stok barang yang belum datang atau sudah habis maka akan menjadikan konsumen merasa kecewa. Jika konsumen sudah merasa kecewa, ada yang tidak jadi membeli busana muslim Zoya.
2. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, konsumen akan mengalami yang namanya sebuah tahapan untuk mencapai keputusan membeli dengan melalui beberapa tahapan keputusan pembelian. Entah disadari oleh konsumen atau tidak, semua konsumen akan mengalami

yang namanya tahapan keputusan pembelian. Ada beberapa tahapan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Zoya Kudus dalam keputusan pembelian busana muslim yaitu: *Pertama*, tahapan pengenalan kebutuhan. Tahapan pengenalan masalah terjadi ketika konsumen menemukan masalah kebutuhan. Konsumen yang selalu mengikuti trend model busana muslim Zoya tidak bisa dikatakan benar-benar membutuhkan, akan tetapi mengikuti trend fashion yang saat ini lagi booming di busana muslim Zoya. Untuk konsumen yang benar-benar membutuhkan, mereka akan membelinya disaat momen-momen tertentu saja. *Kedua*, pencarian informasi. Sebelum membeli konsumen akan mencari informasi terlebih dahulu tentang barang yang akan dibelinya. Seperti yang terjadi pada konsumen Zoya Kudus ini, biasanya informasi yang dicari yaitu harga, bahan, model, dan stok barang. *Ketiga*, evaluasi alternative. Disini konsumen cenderung mempergunakan dua tipe informasi yaitu serangkaian merek yang mereka rencanakan, kemudian akan memilih dan kriteria yang akan digunakan untuk mengevaluasi tiap-tiap merek. *Keempat*, keputusan membeli. Keputusan membeli akan diambil oleh konsumen ketika sudah memutuskan busana muslim mana yang akan dibeli, antara keinginan atau kebutuhan. Sebagian konsumen ada yang memilih kebutuhan dan ada yang memilih keinginan lebih utama, ada juga yang memilih untuk membeli keduanya. *Kelima*, perilaku setelah membeli. Perilaku setelah membeli akan dirasakan konsumen setelah melakukan pembelian barang. Untuk busana muslim Zoya yang sudah tidak sesuai trend lagi masih akan tetap dikenakan.

3. Di dalam perilaku pembelian, setiap konsumen berbeda-beda di dalam memutuskan pembelian. Seperti yang terjadi di dalam pembelian busana muslim Zoya yaitu: *Pertama*, perilaku pembelian yang rumit. Ini dibuktikan dari cara konsumen akan mencari informasi terlebih dahulu sebelum membuat pilihan. *Kedua*, perilaku pembelian pengurang ketidaknyamanan. Konsumen diberatkan dengan harga busana muslim Zoya yang terhitung mahal bagi konsumen sehingga beresiko bagi

konsumen. Dan stok busana muslim Zoya yang kosong juga ikut mempengaruhi dalam pembelian konsumen. *Ketiga*, perilaku pembelian karena kebiasaan. Pada perilaku ini konsumen selalu mengikuti trend model busana muslim Zoya, sehingga konsumen tidak terasa bahwa menjadi kebiasaan mereka untuk selalu membeli busana muslim Zoya disetiap ada trend model busana muslim yang baru. *Keempat*, perilaku pembelian yang mencari variasi. Konsumen tidak menetapkan merek Zoya di dalam pembelian busana muslimnya. Akan tetapi tergantung selera dari model yang diinginkannya, jika terdapat model yang disukai di merek selain Zoya maka akan membelinya.

Kebanyakan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen sebelum melakukan pembelian ternyata bergantung pada media massa dan pertimbangan saat pembelian.

B. Saran-saran

Berkaitan hasil penelitian dan pembahasan serta analisis yang penulis sampaikan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Toko Zoya Kudus

Untuk bisa mempertahankan konsumen agar konsumen tersebut bisa menjadi konsumen setia Zoya, pihak Zoya harus mau menampung semua apa yang dikeluhkan oleh konsumen dan kemudian segera diperbaiki. Seperti halnya pada stok barang busana muslim Zoya yang belum datang, barang seharusnya datang tepat waktu ketika barang tersebut sudah di promosikan di media sosial, sehingga konsumen yang datang ketika menanyakan model terbaru dari Zoya yang ada di media sosial tidak merasa kecewa. Dengan begitu akan bisa menambah konsumen-konsumen baru yang mendengar jika model busana muslim Zoya sudah ada yang baru.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan topik yang sama disarankan untuk menyempurnakan penelitian misalnya menambah masalah-masalah diluar penelitian ini agar lebih sempurna lagi.

C. Penutup

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas dalam penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari keterbatasan sebagai manusia biasa yang tidak luput dari kedhoi'fan dan keniscayaan, oleh karenanya penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan.

Oleh karena itu, tidak ada kata-kata yang lebih indah melainkan saran dan kritik yang membangun dari seluruh pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Sebagai akhir kata, penulis mohon maaf segala kekurangan dan kesalahan serta terbesit suatu harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca budiman pada umumnya. Amin Ya Rabbal 'Alamin.....

