

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang didapatkan adalah:

1. Pada tahap pra-pembelian iklan merupakan pemicu awal yang menarik perhatian dan ketertarikan terhadap produk fashion dalam belanja online, keberadaan influencer dalam iklan turut memperkuat minat beli konsumen karena dianggap memberikan gambaran mengenai produk yang digunakan. Namun sebelum memutuskan untuk membeli konsumen cenderung lebih memperhatikan rating dan ulasan dari pembeli sebelumnya sebagai bahan pertimbangan untuk menilai kualitas produk guna mengurangi risiko kecewa, maka dari itu iklan berperan sebagai pemicu ketertarikan awal sedangkan rating dan ulasan menjadi faktor yang lebih menentukan keputusan pembelian.
2. Pada tahap setelah pembelian konsumen melakukan evaluasi terhadap produk yang diterima, evaluasi tersebut dilihat dari segi kualitas bahan, model, dan kesesuaian antara informasi pada iklan dengan kondisi produk yang sebenarnya. Jika produk yang diterima sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, apabila produk tidak sesuai dengan informasi yang diberikan atau ditampilkan dalam iklan maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak merekomendasikan toko tersebut

kepada orang lain, sebagaimana dalam perspektif Ekonomi Islam yang mengutamakan pentingnya prinsip kejujuran (*shiddiq*) dalam penyampaian informasi produk, karena dari kejujuran tersebut dapat menciptakan kepuasan konsumen..

B. Saran

Berikut saran yang dapat peneliti berikan, semoga saran berikut dapat bermanfaat:

1. Bagi pelajar SMA sebelum mengambil keputusan untuk membeli produk fashion di harapkan agar lebih teliti dan bijak diharapkan tidak hanya melihat dari segi rating saja, tetapi juga memperhatikan dari ulasan atau foto dari kolom komentar guna untuk meminimalisir risiko barang yang diterima tidak sesuai dengan keinginan. Konsumen sebaiknya tidak selalu terpengaruh oleh iklan yang muncul secara terus-menerus tetapi juga memperhatikan kebutuhan utama dibandingkan hanya mengikuti tren.
2. Bagi penjual atau yang mempunyai usaha fashion online diharapkan dapat memberikan informasi produk seperti foto yang jelas dan sesuai dengan kondisi asli barang agar saat barang di terima konsumen tidak merasa kecewa, serta tidak melakukan manipulasi rating bintang atau foto sehingga dapat memperoleh rating yang baik dan meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan pembelian.