

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data ini yang menggunakan metode kualitatif dengan proses wawancara kepada 10 konsumen atau seorang pembeli dari 2 toko yang terdapat di Pasar Nagara Kecamatan Daha Selatan Kabupaten Hulu Sungai Selatan tentang Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian sebuah Produk *Fashion* sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk fashion di pasar nagara, kabupaten hulu sungai selatan. Hal ini didukung oleh faktor yang mempengaruhi konsumen atau seorang pembeli. Tingkat harga yang begitu mahal, tidak selalu mencerminkan kualitas suatu produk itu menjadi baik juga. Maka seorang penjual wajib memberikan informasi yang sesuai dengan produk yang dijualnya. Hasil penelitian ini juga memiliki pelayanan atau kepuasan dari seorang konsumen dalam produk *fashion* sendiri. Pelayanan yang diberikan oleh penjual kepada pembeli (konsumen).
2. Persepsi konsumen dalam perspektif ekonomi islam mampu mengendalikan seseorang untuk melakukan proses jual-beli dengan syariat islam yang terdapat pada Al-Qur'an dan hadist. Tujuan utama dari seorang konsumen muslim adalah diperolehnya suatu barang atau

jasa yang bernilai ibadah dan terhindar dari hal-hal yang dilarang dalam islam, seperti kejujuran, keadilan dan transparan serta memberikan pelayanan informasi produk yang akan dijualnya agar terhindar dari unsur riba, gharar, dan maysir tanpa adanya kebohongan salah satu pihak yang merugikan pihak lainnya sehingga konsumen sendiri merasa puas dengan produknya dan terjadi keputusan pembelian.

B. Saran

Adapun saran-saran penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepada pedagang baju atau penjual produk fashion agar lebih mengembangkan usahanya setiap tahunnya untuk mengikuti perkembangan zaman usahanya ini kedepannya.
2. Kepada para pedagang (penjual) dan pembeli (konsumen) agar lebih menjalankan proses jual-beli dengan cara yang halal, baik dan sesuai dengan syariat islam agar dapat mendatangkan manfaat bagi sesama dan menghindari kemudharatan.
3. Kepada peneliti selanjutnya hendaknya dapat memperdalam kembali mengenai apa saja yang menjadi persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk *fashion* baik ekonomi islam, proses pengumpulan data menggunakan teknik yang dapat dikembangkan serta lebih optimal dalam mendapatkan data yang diperlukan