BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disampaikan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pandangan Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin tentang *celebrity endorser* muslimah sebagai media promosi oleh toko online di aplikasi shopee.

Penggunaan *celebrity endorser* muslimah sebagai sarana promosi oleh toko *online* pada aplikasi shopee sangatlah bagus dan berguna serta lebih efektif daripada metode iklan lainnya karena mereka telah memiliki keahlian dan terlatih untuk memikat pembeli. Penggunaan *celebrity endorser* muslimah sebagai media promosi sangatlah membantu untuk percaya terhadap kualitas produk yang dijual dan menghindari adanya penipuan karena ketidaksesuaian barang yang dijual. Selain itu, adanya *celebrity endorser* muslimah akan membuat pembeli tertarik untuk membeli serta popularitas yang dimiliki *celebrity endorser* muslimah tentu sangat berguna terutama dapat membuat pembeli tertarik apalagi *celebrity endorser* yang digunakan adalah seseorang yang banyak digemari dan memiliki popularitas yang tinggi.

2. Dampak *celebrity endorser* Muslimah terhadap keputusan pembelian pakaian muslim di aplikasi shopee menurut Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin.

Untuk melihat dampak atau pengaruh tersebut ada beberapa indikator *celebrity endorser* muslimah dan indikator keputusan pembelian yang menjadi pendukung. Terdapat empat indikator *celebrity endorser* muslimah yaitu *visibility*, *credibility, attraction*, dan *power*. Indikator keputusan pembelian juga terdiri dari empat indikator yaitu kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli produk, merekomendasikan produk kepada orang lain dan melakukan pembelian ulang produk. Melihat dari indikator tersebut maka *celebrity endorser* muslimah mampu memberikan dampak dalam memutuskan pembelian busana muslim di aplikasi shopee dan indikator yang paling sering mempengaruhi dalam membeli busana muslim pada aplikasi shopee adalah indikator *attraction* yaitu penampilan atau daya tarik yang dimiliki *celebrity endorser* muslimah.

B. Saran

Perlu adanya penelitian lanjutan yang lebih mendetail dengan menggunakan pendekatan lain, dan juga menggunakan indikator dari teori lain. Sehingga ada banyak referensi yang dapat digunakan pembaca nantinya.

Sebagai mahasiswi yang berasal dari kampus yang berbasis Islami, hendaknya kita saat memutuskan membeli busana muslim tidak hanya melihat

popularitas dan penampilan saja, namun juga melihat cara penyampaian *celebrity endorser* muslimah yang mempromosikan tersebut, sudah sesuai kah dengan prinsip syariah atau belum. Sehingga kita dapat terhindar dari hal-hal yang dilarang oleh agama.

Selain itu perusahaan yang menggunakan jasa *celebrity endorser* muslimah juga harus memberikan pelatihan *endorsement* berbasis syariah agar semua e*ndorser* dapat memahami etika dalam mempromosikan produknya bukan hanya menekankan popularitasnya, akan tetapi harus sesuai dengan tuntunan yang diajarkan oleh Syariah.