

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil pembahasan tentang pengaruh anggaran dan atribut produk terhadap preferensi konsumen Jilbab Zoya, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Anggaran ibu-ibu rumah tangga pada jilbab Zoya sebagian besar termasuk kedalam kategori rendah yaitu sekitar Rp.50.000 – Rp. 140.000. Pada variabel atribut produk, indikator-indikator yang dijadikan pertimbangan dalam memilih jilbab Zoya adalah : Performansi, Estetika, Persepsi Kualitas, Realibility, dan Durability. Untuk preferensi masyarakat ibu-ibu rumah tangga Komplek Baleendah Permai dalam memilih Jilbab Zoya sudah tinggi. Ibu-ibu rumah tangga ini memilih Jilbab Zoya karena meyakini kualitas Jilbab Zoya yang lebih baik daripada Jilbab merk lain.
2. Anggaran (budget) berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen Jilbab Zoya di Komplek Baleendah Permai, artinya ketika anggaran konsumen terhadap Jilbab Zoya meningkat maka preferensi konsumennya pun akan meningkat.
3. Atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen Jilbab Zoya di Komplek Baleendah Permai. Artinya ketika atribut produk semakin baik maka preferensi konsumennya pun akan meningkat.
4. Anggaran dan Atribut Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan, hal ini menjelaskan bahwa ketika seseorang memiliki anggaran untuk memilih barang yang ia sukai dengan kualitas yang baik maka ia akan terus memilih dan menyukai barang tersebut untuk meningkatkan kepuasannya.

5.2 Implikasi

Tujuan manusia melakukan kegiatan ekonomi yaitu untuk memenuhi kebutuhannya, baik dengan membeli/mengkonsumsi ataupun memproduksi. Setiap individu pasti memiliki kebutuhan dan keinginan yang harus dipenuhi didalam hidupnya, namun itu semua tidak selalu dapat dipenuhi oleh manusia karena akan

selalu ada permasalahan dimana keinginan manusia yang cenderung tidak terbatas dan alat pemuas kebutuhannya yang terbatas. Maka dari itu, manusia yang mengenyam pendidikan akan bersikap secara rasional bagaimana ia bisa memenuhi kebutuhannya bukan hanya keinginannya saja. Kebutuhan manusia itu beragam mulai dari kebutuhan sandang, pangan dan papan. Ketiga kebutuhan tersebut mutlak harus dipenuhi oleh manusia, maka dari itu manusia harus mempunyai sebuah rencana atau anggaran untuk dapat memenuhi hal tersebut.

Salah satu yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah agar seorang individu tidak bersifat konsumtif (mengkonsumsi barang secara berlebihan) dan bisa bijaksana dalam menggunakan pendapatan dan anggaran yang dimilikinya, walau terkadang anggaran yang telah direncanakan tidak selalu sesuai harapan. Disinilah peran pendidikan diperlukan untuk mengarahkan manusia agar tidak konsumtif dan bisa memikirkan masa depan dengan berperilaku hemat dan menabung juga membelanjakan anggaran sesuai dengan kebutuhannya bukan hanya keinginannya saja.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis pada bagian ini memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi masyarakat umumnya dan bagi ibu-ibu rumah tangga pada khususnya hendaknya dapat menyusun skala prioritas antara kebutuhan dan keinginan, selain itu juga ada baiknya untuk mulai menyusun anggaran secara tertulis yang nantinya akan dijadikan sebagai sebuah acuan untuk setiap kegiatan konsumsi
2. Bagi perusahaan Jilbab khususnya Jilbab Zoya, untuk dapat terus meningkatkan preferensi konsumen melalui penjualan produk yang menyangkut indikator atribut produk seperti : Indikator perfomansi dalam jilbab Zoya yang pertama harus bisa bermanfaat, jilbab yang diproduksinya harus sesuai dengan syariat islam dan juga jilbab Zoya harus nyaman ketika digunakan oleh konsumennya. Pada indikator realibility, jilbab Zoya harus memproduksi jilbab yang sesuai dengan bentuk muka para konsumennya dan juga bisa membuat konsumen tersebut menjadi lebih menarik. Indikator durability ini berkaitan dengan daya tahan dari produk tersebut, pada indikator

ini jilbab Zoya harus bisa membuat jilbab yang bisa tahan lama dan awet walau digunakan dalam jangka waktu yang lama serta tidak mudah lusuh walaupun dicuci berkali-kali. Indikator estetika pada jilbab Zoya ini harus bisa menawarkan bentuk (desain) yang lebih menarik dan beragam serta menawarkan warna-warna yang menarik disetiap produknya. Terakhir adalah persepsi kualitas yaitu jilbab Zoya harus terus meningkatkan kualitas jilbabnya dan juga bisa mempertahankan jilbab dengan reputasi yang atau merk terkenal yang selama ini dibanggakan oleh para konsumennya.

3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan agar menambah variabel independen yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen (preferensi) agar lebih melengkapi jenis penelitian ini