

BAB V

SIMPULAN IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil temuan di lapangan, konsumen kaos kaki halal di Indonesia memiliki tingkat pengaruh *islamic branding* yang tinggi, hal ini disebabkan karena konsumen kaos kaki halal merek soka merasa bahwa merek islami lebih meyakinkan untuk dibeli. Variabel tingkat halal awareness memiliki tingkat pengaruh yang tinggi karena konsumen kaos kaki halal sudah mengetahui dan mulai menyadari bahwa label halal adalah atribut terpenting dari sebuah produk. Variabel tingkat kualitas produk memiliki tingkat pengaruh yang tinggi karena kaos kaki soka memiliki daya tahan, kesesuaian spesifikasi dan kenyamanan pada konsumen kaos kaki halal.
2. Tingkat pengaruh *islamic branding* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian kaos kaki halal. Hal ini terjadi karena, masih banyak kompetitor merek kaos kaki soka dengan merek kaos kaki yang jauh lebih terkenal. Konsumen Soka tidak menjadikan merek islami sebagai hal yang paling utama saat membeli kaos kaki halal.
3. Tingkat halal *awareness* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian kaos kaki halal. Hal ini terjadi karena, masyarakat di Indonesia sudah mulai sadar akan kehalalan sebuah produk sebelum memutuskan untuk membelinya. Keyakinan akan label halal terus berkembang seiring dengan banyaknya dukungan dari pemerintah.
4. Tingkat kualitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian kaos kaki halal. Hal ini terjadi karena, keyakinan untuk membeli sebuah produk dengan daya tahan yang baik sangat tinggi. Begitu pula dengan spesifikasi barang, lebih mementingkan spesifikasi serta kenyamanan saat membeli kaos kaki halal.

5.2 Implikasi dan Rekomendasi

Implikasi dari hasil penelitian ini jika ditinjau dari segi teoretis bahwasannya penelitian mengenai keputusan pembelian kaos kaki halal atau barang yang halal selain makanan dan minuman masih sangat sedikit di Indonesia. Sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu dalam mengembangkan pemahaman mengenai ekonomi Islam khususnya di bidang fashion muslim. Kemudian, secara praktis penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi bahan acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian ini memberikan gambaran terkait tingkat pengaruh *isalmic branding*, tingkat halal *awareness* dan tingkat kualitas produk pada keputusan pembelian kaos kaki halal di Indonesia.

Secara empiris, implikasi dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan para *stakeholders* dan para produsen kaos kaki dalam rangka untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai *fashion* muslim dalam rangka upaya untuk meningkatkan strategi pengembangan dalam keputusan pembelian *fashion* muslim di Indonesia. Implikasi lain dari hasil penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan, maka akan semakin mendorong masyarakat untuk memilih kaos kaki halal sebagai salah satu kebutuhan bukan hanya sebagai tren *fashion* terutama bagi para perempuan muslim. Untuk itu, penting bagi para penggiat *fashion* muslim khususnya kaos kaki di Indonesia untuk selalu mensosialisasikan terkait kaos kaki halal, sehingga hal tersebut mampu untuk mendorong dan meningkatkan masyarakat untuk membeli kaos kaki halal.

Rekomendasi yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk para produsen kaos kaki di Indonesia kiranya dapat melakukan pertimbangan untuk mengurus sertifikasi halal agar aman dikonsumsi masyarakat Indonesia. Selain itu, penggiat fashion juga diharapkan lebih mengerti dan lebih mengenai industri *fashion* khususnya dibidang bahan baku seperti kain, agar tidak ada unsur-unsur haram yang masuk dalam setiap proses produksi.
2. Untuk PT Soka Cipta Niaga dapat melakukan lebih mengenai promosi kaos kaki halal untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas. Terlebih sesuai dengan hasil penelitian ini, mengenai proses produksi kaos kaki halal yang konsumen jarang mencari tahu sendiri, maka PT Soka Cipta Niaga dapat

menjelaskan dan mempublikasi beberapa proses produksi yang menggambarkan salah satu alasan mengapa kaos kaki soka menjadi kaos kaki halal.

3. Penelitian yang berkaitan dengan keputusan pembelian kaos kaki halal atau *fashion* halal masih sangat sedikit terutama di Indonesia. Oleh sebab itu, sebaiknya penelitian selanjutnya menggunakan faktor-faktor lain yang ditemukan peneliti atau menambahkan variabel baru seperti tingkat promosi, tingkat harga dan tingkat *brand awareness* serta menambah jumlah responden yang lebih banyak.