

## **BAB V**

### **SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Simpulan**

Simpulan dari penelitian ini didapatkan dari hasil pengujian dan pembahasan yang sudah dipaparkan pada BAB IV, beberapa poin kesimpulan yang didasarkan pada pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari analisis deskriptif responden, didapatkan bahwa skor rata-rata tingkat kepercayaan elektronik berada pada kategori tinggi. Hal ini menandakan bahwa harapan individu memiliki kepercayaan terhadap pembelian elektronik dengan kualitas produk yang dibeli memiliki pengetahuan cukup baik. Responden memiliki tingkat pengalaman masa lalu yang cukup baik terkait kepercayaan elektronik serta memiliki tingkat kebutuhan pribadi yang cukup terhadap produk *mystery box* ikan.
2. Tingkat skor rata-rata pengetahuan produk halal dikategorikan sedang menandakan bahwa responden memiliki pengetahuan yang cukup berpengaruh karena individu konsumen sudah dapat mengetahui produk mana yang memiliki unsur yang dilarang oleh agama.
3. Tingkat Skor rata-rata komunikasi elektronik dari mulut ke mulut di kategori tinggi menandakan bahwa responden memiliki hubungan yang cukup baik terhadap individu lain dan juga bertransaksi di *marketplace*.
4. Tingkat skor rata-rata tingkat religiusitas dikategorikan sedang, responden menandakan bahwa responden sangat meyakini kebenaran ajaran agama yang dianutnya, memahami agama yang dianut, dan mengamalkan ajaran agamanya dengan baik.
5. Tingkat skor rata-rata keputusan pembelian dikategorikan tinggi menandakan bahwa responden merupakan responden yang dapat mengetahui faktor apa saja yang dilandasi saat melakukan keputusan pembelian.
6. Tingkat kepercayaan elektronik berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Yang berarti konsumen dapat dengan mudah

mempercayai sebuah platform marketplace serta pelapak untuk melakukan keputusan pembelian.

7. Tingkat pengetahuan produk halal berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *mystery box* ikan. Dengan demikian, semakin tinggi pengetahuan produk halal individu tersebut, semakin tinggi pula hasil dari keputusan pembelian produk *mystery box* ikan itu terjadi, sebaliknya semakin rendah tingkat pengetahuan produk halal yang dimiliki, maka semakin rendah pula hasil dari keputusan pembelian produk tersebut terjadi.
8. Tingkat komunikasi elektronik dari mulut ke mulut berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *mystery box* ikan. Dengan demikian, semakin tinggi komunikasi antar individu dan kepercayaan yang ditawarkan kepada individu tersebut maka akan semakin meningkatkan kecenderungan untuk melakukan keputusan pembelian.
9. Tingkat religiusitas berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian. karena jika konsumen memiliki tingkat religiusitas yang tinggi akan menghindari perniagaan yang dilarang dalam ajaran agama Islam.

## 5.2 Implikasi dan Rekomendasi

Implikasi pada penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu implikasi teoritis dan implikasi praktis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan elektronik, pengetahuan produk halal, komunikasi elektronik dari mulut ke mulut berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk *mystery box* ikan, sedangkan pada variabel religiusitas berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian *mystery box* ikan. Hal ini memberikan gambaran sebagai berikut:

Secara teoritis produk *mystery box* ikan sudah jelas mengandung unsur *gharar* dan *maysir* di dalamnya, namun tak sedikit konsumen yang belum mengetahui hal tersebut. *Gharar* yaitu ketidakpastian dalam transaksi yang mengakibatkan tidak terpenuhinya ketentuan *syariah* dalam transaksi tersebut. Dampak dari transaksi yang memiliki unsur *gharar* didalamnya adalah adanya penzaliman atas salah satu pihak yang bertransaksi sehingga hal ini dilarang dalam Islam.

Secara praktis, penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi bahan acuan

bagi peneliti selanjutnya, khususnya yang membahas produk *mystery box*. Selain itu penelitian ini juga memberikan gambaran terkait pengaruh tingkat kepercayaan elektronik, pengetahuan produk halal, komunikasi elektronik dari mulut ke mulut dan religiusitas terhadap keputusan pembelian *mystery box* ikan pada *website shopee*.

Adapun rekomendasi yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk para peneliti selanjutnya yang akan membahas tentang perilaku konsumen. Khususnya keputusan pembelian, dapat memperluas penelitiannya dengan menggunakan faktor-faktor lain atau menambah variabel baru yang lebih kuat. Kemudian juga diharapkan bisa menambah lebih banyak jumlah responden agar data yang didapatkan lebih mudah untuk valid.
2. Untuk konsumen muslim diharapkan agar dapat memilih produk mana saja yang mengandung unsur yang dilarang oleh agama.
3. Untuk penjual ikan dapat mengganti cara berjualan online dengan memberikan penjelasan sejelas-jelasnya agar konsumen dapat mengetahui ikan apa yang akan di dapat dan terhindar dari *gharar* serta *maysir* dalam transaksi jual beli ikan.