

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Penggunaan *e-commerce* memberikan pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Tyas Winny Apparel. Artinya jika penggunaan *e-commerce* ditingkatkan maka belum tentu dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen yang berarti. Hal tersebut disebabkan oleh semakin ketatnya persaingan produk pada *e-commerce* ditambah dengan banyaknya produk impor dengan harga yang lebih rendah dan kualitas yang hampir sama sehingga kurangnya intensitas keputusan pembelian konsumen pada *e-commerce* Tyas Winny Apparel.
2. Penggunaan *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Tyas Winny Apparel. Artinya, apabila penggunaan *social media marketing* ditingkatkan maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Hal ini disebabkan karena UMKM Tyas Apparel telah melakukan pemasaran produk menggunakan *social media* sejak tahun 2013 hingga saat ini untuk dapat mengenalkan produk lebih luas dan dapat menjangkau konsumen dengan lebih banyak, sehingga mayoritas pembeli mengenal dan melakukan

pembelian produk Tyas Winny secara *online*. Selain itu, Tyas Winny Apparel konsisten selalu memposting produk-produknya melalui akun *social media*nya dengan desain dan konten yang menarik dan aktif untuk menanggapi pesan-pesan dari konsumen yang dikirimkan melalui fitur *social media*.

3. Penggunaan *e-commerce* dan *social media marketing* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Tyas Winny Apparel. Hal ini disebabkan karena Tyas Winny Apparel mengkolaborasikan penggunaan kedua platform tersebut yang mana penggunaan *e-commerce* dalam pemasaran memberikan kemudahan kepada konsumen dalam melakukan pembelian produk dan *social media marketing* menawarkan platform visual yang kuat untuk mempromosikan merek dan produk sehingga dapat menjangkau konsumen secara luas dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Ditambah lagi dengan semakin berkembangnya fitur-fitur *e-commerce* dan *social media* seperti fitur live pada Shopee dan TikTok yang juga dimanfaatkan oleh Tyas Winny Apparel untuk semakin meningkatkan *branding* dan memperluas pemasaran produknya.
4. Perspektif ekonomi Islam mengenai pengaruh penggunaan *e-commerce* dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Tyas Winny Apparel menyimpulkan bahwa dalam melakukan keputusan pembelian produk pada UMKM Tyas Winny Apparel para konsumen sudah menerapkan prinsip *maslahah* dalam konsumsi yang mana

pada pertanyaan “membeli produk sesuai kebutuhan” 50% responden setuju dan 25% sangat setuju. Selain itu, penggunaan *e-commerce* dan *social media marketing* pada UMKM Tyas Winny Apparel sudah sesuai/memenuhi kaidah-kaidah dalam ekonomi Islam karena tidak mengandung *maysir* (judi), *gharar* (ketidakjelasan), *riba* (bunga), haram, *dzulm* (kedzaliman), dan *tadlis* (penipuan). Namun terdapat hal perlu diperbaiki yaitu pada aspek *quality control* produk karena pada ulasan konsumen pada toko *e-commerce* Tyas Winny Apparel terdapat konsumen yang mengeluhkan kualitas produk yang dibelinya. Hal ini terjadi karena sistem produksi pada Tyas Winny Apparel bekerjasama dengan pihak ketiga yang berlokasi jauh dari wilayah perusahaan sehingga diperlukan pemantauan kualitas yang lebih ketat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya:

1. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa penggunaan *e-commerce* dan *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Tyas Winny Apparel. oleh karena itu diharapkan bagi para pelaku bisnis untuk memanfaatkan perkembangan teknologi yang terjadi dengan menggunakan kolaborasi kedua platform tersebut dalam bisnis dengan tetap memperhatikan kaidah

dan aturan dalam ekonomi Islam supaya hasil yang didapatkan tidak hanya bermanfaat di dunia tetapi juga di akhirat.

2. Keterbatasan pada penelitian ini yaitu penelitian ini hanya menggunakan dua variabel bebas yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga hasil yang diperoleh baru sebatas pengaruh kedua variabel tersebut. Oleh karena itu diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk menambah variabel bebas yang diperkirakan dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih komprehensif serta dapat menjadi bahan evaluasi bagi para pelaku bisnis.
3. Pada penelitian ini hanya menggunakan dua variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sehingga hasil yang diperoleh hanya terbatas pada pengaruh dari dua variabel tersebut. Oleh karena itu diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah variabel yang diperkirakan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Yang mana hal ini dapat menjadi evaluasi bagi para pelaku bisnis untuk meningkatkan upayanya dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen dengan lebih optimal.

C. Kata Penutup

Alhamdulillahirobbil'alamin, akhirnya penyusunan skripsi ini dapat mencapai penyelesaian hingga akhir setelah melewati berbagai macam halangan, rintangan, dan tantangan yang ada. Meskipun skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karna kesempurnaan hanya milik Allah, semoga skripsi

dapat memberikan manfaat khususnya kepada penulis, perguruan tinggi, praktisi, dan pengembangan ilmu pengetahuan. Penulis sangat mengharapkan saran perbaikan yang sifatnya membangun baik itu untuk penulis sendiri maupun bagi peneliti selanjutnya.

Penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini dari awal sampai akhir. Dan juga penulis mengucapkan banyak terimakasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulisan skripsi ini dapat mencapai akhir penyelesaian. *Barakallahu fiikum wa jazakumullahu khairan katsiir.*

Untuk kata mutiara penutup, kejarlah apapun yang ingin kamu kejar di dunia ini, sesulit apapun itu. Tapi jangan lupakan akhiratmu. Mintalah pertolongan pada Allah, sesungguhnya Allah tidak akan menyia-nyiakan usaha hamba-Nya. Berharaplah pada Allah, karna Allah tidak akan pernah mengecewakan hamba yang berharap kepada-Nya. Dan berpeganglah pada janji Allah, karna Allah tidak akan pernah menyalahi janji-Nya.