

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya mengenai motivasi konsumen dalam keputusan pembelian baju *thrift* ditinjau dari prinsip konsumsi islam, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Adapun yang menjadi motivasi konsumen dalam keputusan pembelian di saleproject berdasarkan lima motif yakni kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri. Diantara konsumen yang telah di wawancara, peneliti tidak menemukan adanya motivasi beralaskan kebutuhan rasa aman. Motivasi yang paling besar muncul pada konsumen dalam membeli baju *thrift* adalah kebutuhan fisiologis dan kebutuhan sosial. Konsumen memiliki rasa puas terhadap baju *thrift* sehingga membuat mereka membeli produk berulang-ulang. Sedangkan pada klasifikasi motif, konsumen melakukan pembelian di saleproject atas dasar motivasi rasional dan motivasi emosional.
2. Adapun yang menjadi motivasi konsumen dalam keputusan pembelian menurut konsumsi Islam didasari atas lima prinsip yakni prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati dan aspek moralitas. Motivasi konsumen dalam melakukan pembelian belum sepenuhnya menerapkan konsumsi dalam islam, karena hanya mengikuti trend yang dapat menimbulkan tingkat konsumtif atau pemborosan yang tinggi hal tersebut tidak

baik dan tidak sesuai dengan ajaran islam. Namun dari segi motivasi lain dapat dikatakan dalam batas wajar dalam mengonsumsi sesuai kebutuhan.

## **B. Saran**

Dari kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :  
Bagi konsumen saleproject dalam perilaku konsumsi terhadap suatu barang atau produk harus terus menerapkan prinsip-prinsip konsumsi islam pada motivasi pembeliannya. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mampu mengadakan penelitian yang lebih baik lagi guna menyempurnakan penelitian skripsi.