**BAB VI**

**PENUTUP**

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. **Motivasi Konsumen Memilih Produk Shopie Martin**
2. Semua aktivis PMII Rayon Raden Sa’id menggunakan motivasi rasional dengan menunjukkan perilaku mempertimbangkan antara kesesuaian manfaat dengan harga barang.
3. Perilaku pembelian sebagian besar aktivis PMII Rayon Raden Sa’id didasari oleh kebutuhan rasa aman dan nyaman. Sementara sebagian kecil lainnya menunjukkan perilaku pembelian yang didasari oleh kebutuhan sosial dan rasa cinta.
4. Pada perilaku pasca pembelian aktivis PMII Rayon Raden Sa’id yang merasa puas dengan produk Sophie Martin, mereka ingin melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut.
5. **Tinjauan Prinsip Konsumsi dalam Islam terhadap Motivasi Konsumen Memilih Produk Shopie Martin**
6. **Prinsip Syariah**
7. **Memperhatikan Tujuan Konsumsi**

Sebagian besar aktivis PMII Rayon Raden Sa’id sudah menerapkan tujuan konsumsi Islam dalam memilih produk Sophie Martin dengan menggunakan motivasi rasional.

67

1. **Memperhatikan Kaidah Ilmiah**

Para aktivis PMII Rayon Raden Sa’id sudah menerapkan kaidah ilmiah konsumsi Islam dalam memilih produk Sophie Martin, dengan mempertimbangkan antara kemanfaatan dengan harga barang.

1. **Memperhatikan Bentuk Konsumsi**

Sebagian besar aktivis PMII Rayon Raden Sa’id, sudah menerapkan bentuk konsumsi Islam pada pembelian produk Sophie Martin dengan menggunakan motivasi berdasarkan kebutuhan rasa aman dan nyaman.

1. **Prinsip Kuantitas**

**Sederhana, tidak Bermewah-Mewahan**

Sebagian besar aktifis PMII Rayon Raden Sa’id sudah menerapkan prinsip kesederhanaan pada konsumsi dalam Islam dengan membatasi pembeliannya hanya untuk pemenuhan kebutuhan saja.

1. **Saran**
2. Bagi Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Kediri

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan atau referensi untuk penelitian berikutnya.

1. Bagi Aktivis PMII Rayon Raden Said

Perilaku konsumsi terhadap suatu produk *branded* haruslah tetap menerapkan prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam pada motivasi pembeliannya.