

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka kesimpulan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Preferensi Konsumen kalangan Generasi Z di Kota Padang berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan produk fashion jilbab dengan nilai t hitung sebesar 12,364 yang lebih besar dari t tabel 1,660, dengan signifikansi 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin kuat preferensi konsumen yang dibentuk oleh pengetahuan, motivasi dan harga, maka semakin tinggi pula permintaan terhadap produk jilbab. Dengan demikian, perempuan Generasi Z menjadi penggerak utama dalam peningkatan permintaan produk fashion jilbab di Kota Padang.
2. Penggunaan Media Sosial yang secara aktif di kalangan Generasi Z di Kota Padang berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan produk fashion jilbab ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 5,275 yang lebih besar dari t tabel 1,660, dengan nilai signifikansi 0,000. Efektivitas penggunaan Media Sosial yang digunakan untuk sarana promosi dan informasi, dengan influencer, *engagement rate* dan tren viral yang membentuk kekuatan media sosial maka media sosial secara signifikan mendorong meningkatnya permintaan produk jilbab di kalangan Generasi Z di Kota Padang. Demikian, ketiganya menjadi faktor pendorong meningkatnya permintaan jilbab di kalangan Generasi Z di Kota Padang.

3. Preferensi Konsumen dan Media Sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Produk Fashion Jilbab, dibuktikan dengan didapatkannya nilai R Square dengan nilai 0,727. Hal ini berarti variabel Preferensi Konsumen seperti pengetahuan, motivasi dan harga serta Media Sosial dengan influencer, *engagement rate* dan tren viral bersama-sama terbukti meningkatkan Permintaan Produk Fashion Jilbab. Dengan demikian, selera dan keterpaparan digital Generasi Z di Kota Padang menjadi penentu tingginya permintaan produk fashion jilbab di Kota Padang.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran dan masukan yang di harapkan bisa diambil manfaatnya, adapun saran dan masukannya sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi permintaan produk fashion jilbab, seperti citra merek (brand image) yang mencakup aspek gaya hidup dan persepsi terhadap kualitas produk. Selain itu, penambahan indikator yang lebih spesifik pada setiap variabel akan memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor yang membentuk permintaan jilbab. Penelitian lanjutan diharapkan dapat memberikan gambaran empiris yang lebih menyeluruh dan menjadi acuan dalam

pengambilan keputusan terkait pengembangan dan penyempurnaan produk agar lebih sesuai dengan preferensi konsumen.

2. Bagi pelaku usaha

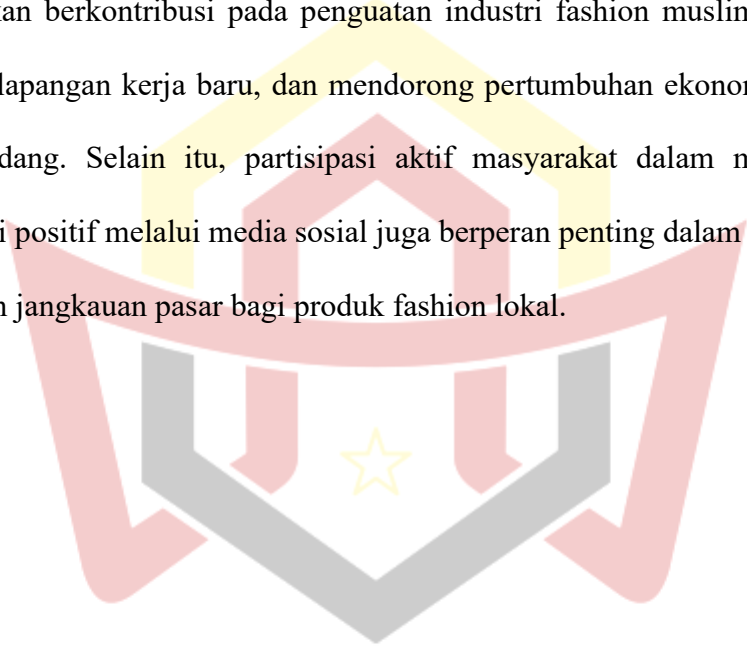
Pelaku usaha disarankan untuk terus melakukan inovasi dalam pengembangan desain produk yang selaras dengan tren serta preferensi Generasi Z di Kota Padang, khususnya yang memadukan nilai religius dan unsur estetika kontemporer. Pada aspek promosi, pemanfaatan media sosial perlu dioptimalkan melalui kolaborasi dengan influencer yang memiliki relevansi tinggi, serta peningkatan *engagement rate* melalui penyajian konten yang kreatif dan interaktif. Selain itu, penetapan harga perlu disesuaikan dengan daya beli Generasi Z guna mempertahankan daya saing dan menarik minat beli konsumen sasaran.

3. Untuk pemerintah

Pemerintah daerah diharapkan dapat memperkuat dukungan terhadap pelaku usaha fashion muslim, khususnya yang menasar segmen Generasi Z di Kota Padang. Dukungan tersebut dapat diwujudkan melalui program pelatihan pemasaran digital, peningkatan kapasitas produksi, serta fasilitasi kerja sama strategis dengan influencer maupun komunitas kreatif. Selain itu, diperlukan kebijakan yang mendukung pengembangan ekosistem industri kreatif, seperti pemberian insentif pajak, bantuan permodalan yang berbasis teknologi digital, serta penguatan regulasi terkait sertifikasi produk fashion muslim untuk memastikan standar kualitas dan meningkatkan daya saing di pasar.

4. Untuk masyarakat umum

Masyarakat, khususnya generasi Z di Kota Padang, diharapkan dapat lebih selektif dan memiliki kesadaran kritis dalam memilih produk fashion jilbab yang tidak hanya selaras dengan tren, tetapi juga merepresentasikan nilai serta identitas diri. Dukungan terhadap produk lokal yang memiliki standar kualitas tinggi akan berkontribusi pada penguatan industri fashion muslim, membuka peluang lapangan kerja baru, dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Padang. Selain itu, partisipasi aktif masyarakat dalam menyebarkan informasi positif melalui media sosial juga berperan penting dalam memperluas akses dan jangkauan pasar bagi produk fashion lokal.



UIN IMAM BONJOL
PADANG

DAFTAR PUSTAKA

- A. Muri Yusuf, *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, Prenadamedia Grup (Jakarta, 2014)
- Adiwibowo, Akhmad Sigit, Oktaviana Larasati, and Putri Nurmala, 'PENGARUH FREE CASH FLOW DAN INVESTMENT OPPORTUNITY SET TERHADAP KEBIJAKAN DEVIDEN', 7 (2021), pp. 1–23
<<https://journal.uniku.ac.id/index.php/jrka/article/view/4400>>
- Afifah, Nur Ayniyah, Luluk Hanifah, and Universitas Trunojoyo Madura, 'Pengaruh Lifestyle , Islamic Branding , Dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Hijab Pashmina Kaos (Studi Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura)', 3 (2025)
- Aisyah, Nisa, and Muhammad Tri Habibie, 'Pengaruh Teknologi Digital Terhadap Perilaku Komunikasi Digital Native Di Indonesia', pp. 75–80
- Alvita, Ratih, Astik Drianti, and Syahrani, 'Analisis Elastisitas Permintaan Dan Penawaran Teh Serai Etam (Studi Kasus Pada IKM Seruput Wangi Di Kelurahan Jahab)', *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2.10 (2024), pp. 8–21
- Amalia Yunia Rahmawati, 'Bab Iii Gambaran Umum', no. July (2020), pp. 1–23
<https://repo.itera.ac.id/assets/file_upload/SB2201280031/22117027_5_154239.pdf>
- Amalina, Nur, Alfina Rahma Wani, and Dini Lestari, 'Analisis Fashion Muslim Di Era Millenial Dalam Perspektif Islam', *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1.3 (2022), pp. 2–9
- Amin, Juliasri, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Kecamatan Tarumajaya', *Stie*, 1.3 (2021), pp. 41–52