

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Tupperware*. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Tupperware*. Kemudian kualitas produk dan *brand image* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Tupperware*.
2. Menurut tinjauan Ekonomi Syariah keputusan pembelian produk *Tupperware* yang dilakukan oleh konsumen Ita *Tupperware* dalam aktivitas pembelian telah sesuai dengan nilai-nilai syariah dimana transaksi jual beli yang dilakukan atas dasar ridha dan sukarela antara kedua belah pihak tanpa merugikan pihak manapun, barang yang dijual adalah barang milik pribadi dimana semua produk *Tupperware* tersedia di toko, apabila terjadi kerusakan atau kecacatan pada barang maka dapat diganti. Sehingga dapat dikatakan pembelian produk *Tupperware* oleh konsumen bertujuan untuk mencapai *mashlahah* yaitu sesuai dengan prinsip ekonomi islam karena pencapaian *mashlahah* merupakan tujuan dari syariat Islam (*maqashid syariah*) yang menjadi tujuan dari kegiatan konsumsi. Tetapi dalam aktivitas konsumsi masih belum sesuai dengan nilai-nilai syariah, dimana konsumen membeli produk *Tupperware* bukan untuk pemenuhan kebutuhan tetapi

lebih kepada pemuasan keinginan saja, ajang pameran, hobi, mengoleksi, dan untuk memperlihatkan status sosial.

B. Saran

1. Untuk perusahaan produk *Tupperware* yang diwakili oleh agen-agen resminya agar menjaga *product image* yang sudah dikenal masyarakat dengan cara mempertahankan *brand image* (citra merek), meningkatkan kualitas produk agar produk *Tupperware* tidak kalah dengan produk sejenis yang lebih meyakinkan konsumen, dan berusaha lebih meningkatkan fitur/gaya serta desain untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Kemudian diharapkan bisa mengembangkan lagi produk untuk kebutuhan rumah tangga dan memberikan potongan harga atau diskon yang lebih besar disetiap produk serta lebih sering melakukan promosi-promosi.
2. Kepada konsumen *Ita Tupperware* dalam mengkonsumsi produk *Tupperware* harus lebih mengedepankan nilai-nilai syariah seperti yang telah diatur didalam Al-Qur'an agar mendapat kemaslahatan dan terhindar dari kemudharatan atau dampak buruk yang dilakukan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.