BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Handphone *Second* di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell Wonodadi Blitar

   Perilaku konsumen dalam pembelian handphone *second* di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell dianalisa dari prinsip kelangkaan dan terbatasnya pendapatan, konsumen mampu membandingkan biaya dengan manfaat, dan setiap barang dapat disubstitusi dengan barang lain sudah sesuai dengan teori perilaku konsumsi Islam, persepsi kebutuhan Islami berarti seorang muslim akan melakukan kegiatan ekonomi sesuai kebutuhannya bukan pada keinginan dan nafsu. Tetapi terkait konsumen tunduk kepada hukum berkurangnya tambahan kepuasan, konsumen handphone *second* di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell masih cenderung memiliki rasa bosan yang dipengaruhi oleh nafsu.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Handphone *Second* di Hisyam Cellular dan Niha NMC Cell Wonodadi Blitar

   Dianalisa dari faktor kebudayaan (pada umumnya yang terjadi di masyarakat/konsumen), faktor sosial (promosi), faktor pribadi (umur), dan faktor psikologis (motivasi) sudah sesuai dengan teori perilaku konsumsi Islam. Para konsumen yang tidak lain adalah seorang muslim, maka mereka membelinya sesuai dengan daya beli, meskipun *second* tetapi bisa

mendapatkan barang yang halal dan dari hasil yang halal pula. Sehingga keberkahan akan diperolehnya.

B. Saran-Saran

a. Bagi Pengusaha Konter

Kepada pihak pengusaha konter hendaknya menjalin kerja sama dengan konter yang lebih besar untuk mengatasi barang yang dipasarkan agar tidak telat sehingga terpenuhi kemaslahatan umat Islam dari kalangan menengah ke bawah.

b. Bagi Pelaku Jual Beli Handphone *Second*

Bagi pelaku jual beli handphone *second* untuk memperhatikan ada tidaknya unsur kemanfaatan dalam pembelian handphone *second* tersebut dan menyesuaikan *budget* mereka. Jika pembelian handphone hanya untuk mengikuti tren maka bertentangan dengan konsep *maslahah* yang lebih mengutamakan manfaat dan berkah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan penelitian dan pengetahuan tentang perilaku konsumen dalam jual beli handphone *second*, serta memberikan wawasan tentang tema-tema yang serupa. Diharapkan pula para peneliti berikutnya untuk melebarkan penelitian kepada hal-hal yang berkaitan dengan judul, supaya semakin luas pengetahuan yang didapat dalam khasanah agama Islam.