

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif signifikan *product quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* produk *fast fashion* di Indonesia. Produk *fast fashion* dengan kualitas tinggi, desain menarik, dan inovatif, mampu memenuhi preferensi konsumen yang terus berubah. Dengan menawarkan produk yang berkualitas, modis, dan terjangkau, mereka berhasil membangun loyalitas pelanggan yang kuat. Hal ini juga mendorong konsumen untuk merekomendasikan produk-produk tersebut kepada orang lain, karena mereka yakin akan nilai dan ketahanan produk yang mereka beli. Dengan demikian, kualitas produk terbukti menjadi faktor penentu yang penting dalam keputusan pembelian dan rekomendasi konsumen dalam industri *fast fashion*.

4.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian, ada beberapa faktor keterbatasan dalam penelitian tersebut antara lain:

(i) Distribusi responden yang tidak merata dari berbagai wilayah di Indonesia sebagian besar responden berasal dari pulau Kalimantan, (ii) Keterbatasan dalam menilai dampak lingkungan dan praktik bisnis etis (iii) Keterbatasan waktu dalam melakukan pengumpulan data dan analisis yang lebih mendalam

4.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang pengaruh *Product Quality* terhadap *Purchase Decision* produk *fast fashion* di Indonesia, ada beberapa saran sebagai berikut:

(i) Ambil sampel dari berbagai wilayah di Indonesia, termasuk daerah perkotaan dan pedesaan. Ini akan membantu memastikan bahwa hasil penelitian lebih representatif terhadap populasi Indonesia secara keseluruhan, (ii) Sertakan analisis tentang dampak lingkungan dari *fast fashion* dan bagaimana preferensi konsumen terhadap produk ramah lingkungan, (iii) Kembangkan teori baru, teliti bagaimana kelompok sosial dan komunitas online mempengaruhi keputusan pembelian dalam *fast fashion*.

4.4 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengusaha produk *fast fashion* di Indonesia untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk mereka untuk mempertahankan daya tarik dan loyalitas konsumen. Selain itu, menggunakan bahan-bahan yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan dalam produksi pakaian. Ini tidak hanya mengurangi dampak lingkungan tetapi juga menarik pelanggan yang semakin sadar akan isu keberlanjutan.