

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pengujian untuk menganalisis hubungan antara variabel independen (citra merek, kualitas produk dan label halal) terhadap variabel dependen (minat beli) dapat disimpulkan hasil sebagai berikut:

1. Citra merek ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Terlihat dari nilai t hitung ( $3,351$ )  $>$  t tabel ( $1,981$ ), dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$  (5%) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli masyarakat Kecamatan Bandung dalam memilih kosmetik halal Wardah. Hal ini berarti semakin tinggi citra merek suatu produk, maka semakin tinggi minat beli konsumen.
2. Kualitas produk ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Terlihat dari nilai t

hitung (4,702) > t tabel (1,981), dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  (5%) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, yang berarti kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli masyarakat Kecamatan Bandung dalam memilih kosmetik halal Wardah. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas produk suatu produk, maka semakin tinggi minat beli konsumen.

3. Label halal ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Terlihat dari nilai t hitung (2,244) > t tabel (1,981), dengan tingkat signifikansi  $0,020 < 0,05$  (5%) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, yang berarti label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli masyarakat Kecamatan Bandung dalam memilih kosmetik halal Wardah. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat keyakinan label halal, maka semakin tinggi minat beli konsumen.
4. Citra merek ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) dan label halal ( $X_3$ ) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Terlihat dari nilai F

hitung (22,645) > F tabel (2,68), dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  (5%) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima, yang berarti citra merek, kualitas produk dan label halal secara simultan berpengaruh terhadap minat beli masyarakat Kecamatan Bandung dalam memilih kosmetik halal Wardah. Hal ini berarti semakin tinggi citra merek, kualitas produk dan tingkat keyakinan label halal, maka semakin tinggi minat beli konsumen.

## **B. Saran**

Peneliti menyadari bahwa pengetahuan teoritis dan pengalaman praktis penulis agak terbatas. Iterasi selanjutnya dari penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang lebih berkualitas dengan komentar tentang berbagai topik, termasuk:

1. Penelitian di masa depan tentang tema terkait harus meningkatkan pengambilan sampel dan memasukkan variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
2. Penelitian lebih lanjut diharapkan dapat memperluas daerah survei tidak hanya pada masyarakat Kecamatan

Bandung Kabupaten Serang, sehingga hasil penelitian memiliki kemampuan generalisasi yang lebih luas.