

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yaitu tentang “Pengaruh Produk Halal, Citra Merek, dan Harga terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2021-2023”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Produk halal (X1) menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,883 > 1,990$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Dapat diambil kesimpulan bahwa Produk Halal (X1) memiliki pengaruh positif yang signifikan antara variabel Produk Halal (X1) dengan Variabel Minat Beli Produk Kosmetik Wardah, maka H_0 ditolak H_a diterima.
2. Variabel Citra Merek (X2) menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,528 > 1,990$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,001 < 0,05$. Dapat diambil kesimpulan bahwa Citra Merek (X2) memiliki pengaruh positif yang signifikan antara variabel Citra Merek (X2) dengan Variabel Minat Beli Produk Kosmetik Wardah, maka H_0 ditolak H_a diterima.
3. Variabel Harga (X3) menunjukkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,697 < 1,990$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ yaitu $0,488 > 0,05$. Dapat diambil kesimpulan bahwa Harga (X3) tidak memiliki

pengaruh positif yang signifikan atau bisa dikatakan berpengaruh negatif dan tidak signifikan antara variabel Harga (X3) dengan Variabel Minat Beli Produk Kosmetik Wardah, maka H_0 diterima H_a ditolak.

4. Variabel Produk Halal (X1), Citra Merek (X2), dan Harga (X3) menunjukkan $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $46,083 > 2,72$ atau nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Produk Halal (X1), Citra Merek (X2), dan Harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel Minat Beli Produk Kosmetik Wardah (Y). Maka H_a diterima H_0 ditolak.
5. Variabel Produk Halal (X1), Citra Merek (X2), dan Harga (X3) diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,620 atau sebesar 62%. Hal ini memiliki arti bahwa besarnya kontribusi Produk Halal (X1), Citra Merek (X2), dan Harga (X3) terhadap variabel Minat Beli Produk Kosmetik Wardah (Y) yaitu sebesar 62%. Sedangkan sisanya 38% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, serta kesimpulan yang telah dijabarkan diatas, maka dapat diberikan saran-sara berikut:

1. Bagi perusahaan, diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan citra merek dengan tetap mengusung tagline merek halal dan terus dapat berinovasi agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
2. Bagi para konsumen, diharapkan dapat lebih memperhatikan penggunaan produk kosmetik dengan mengutamakan produk yang sudah halal, dan selalu mempertahankannya. Karena selain produk halal baik untuk kesehatan diri juga dalam agama Islam telah diwajibkan untuk mengkonsumsi sesuatu yang halal. Oleh karena itu, Wardah merupakan solusi akan kebutuhan kita dalam menggunakan kosmetik dan sudah dijamin kehalalannya.
3. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi yang bermanfaat untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel-variabel lain untuk dijadikan indikator. Hal ini karena masih adanya variabel-variabel yang belum ditemukan penulis yang masih berkaitan dengan minat beli.