

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

1. Bagaimana pengaruh label halal terhadap peralihan merek pada produk kosmetik wardah, dari hasil uji  $t$  terdapat Nilai  $t$ -hitung untuk variabel  $x$  (Label Halal) yaitu 4.392 sedangkan  $t$  tabel memiliki nilai sebesar 2.00172. artinya nilai  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak. Sehingga kesimpulan yang didapat ialah Label Halal secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel peralihan merek.
2. Seberapa erat hubungan label halal terhadap peralihan merek pada produk kosmetik wardah Berdasarkan pada tabel uji koefisien korelasi diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi ( $R$ ) adalah 0.500 terletak pada interval koefisien 0.40-0.59 yang berarti tingkat hubungan antara Biaya Produksi dan Kualitas Produk sedang.
3. Berdasarkan hasil nilai koefisien determinasi  $R$  square adalah nilai koefisien determinasi  $R$  square adalah 0.250

atau sebesar 25% dapat disimpulkan bahwa angka tersebut berarti Biaya Produksi berpengaruh terhadap Kualitas Produk sebesar 25% sedangkan dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

## **B. Saran**

### **Saran Bagi Penelitian Selanjutnya**

Penelitian menghasilkan nilai R Squared coefficient sebesar 0.250, yang berarti pada model penelitian ini keputusan untuk melakukan peralihan merek tidak hanya dijelaskan oleh variabel persepsi, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui peran variabel lain dalam model penelitian yang berbeda.

### **Saran Untuk Perusahaan yang Bergerak di Bidang Kosmetik Halal**

Strategi pemasaran kosmetik halal dalam difokuskan untuk mengusung pesan kosmetik halal mencerminkan gaya hidup yang mengutamakan nilai agama, serta dengan menggunakan kosmetik halal mencerminkan sosok wanita muslim yang moderen dan dinamis