

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal, kesadaran halal, dan iklan melalui sosial media instagram terhadap minat beli kosmetik pada mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah (MBS) IAIN Kudus. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan antara lain sebagai berikut:

1. Hasil uji statistik didapatkan kesimpulan yaitu variabel label halal memiliki pengaruh signifikan (secara parsial) terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa MBS IAIN Kudus setuju label halal yang terletak pada kemasan produk kosmetik yang terlihat jelas, sehingga memudahkan pembeli untuk meyakini bahwa produk kosmetik itu halal.
2. Hasil uji statistik didapatkan kesimpulan yaitu variabel kesadaran halal memiliki pengaruh signifikan (secara parsial) terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa MBS IAIN Kudus memiliki kesadaran terhadap kehalaln suatu produk.
3. Hasil uji statistik didapatkan kesimpulan bahwa variabel iklan memiliki pengaruh signifikan (secara parsial) terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa MBS IAIN Kudus memiliki ketertarikan pada visualisasi iklan di media sosial instagram untuk membeli produk tersebut.
4. Berdasarkan hasil pada nilai *R Square* sebesar 0,696. Hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Iklan Melalui Media Instagram secara bersama (simultan) Terhadap Minat Beli Kosmetik adalah sebesar 69,6%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya antara lain:

1. Responden pada penelitian ini mahasiswi Prodi Manajemen Bisnis Syariah (MBS) saja. Untuk itu, bagi penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan sampel yang lebih banyak lagi agar hasil yang akan dihasilkan lebih meyakinkan.
2. Bagi perusahaan kosmetik diharapkan untuk menggunakan label atau logo halal pada kemasan sebagai brand image juga. Supaya konsumen tidak ragu label halal yang telah dicantumkan pada kemasan produk, dan meyakinkan bahwa produk yang sudah

berlabel halal ini lebih baik dan aman dari pada produk yang syubhat atau belum diketahui kehalalan dari produk tersebut.

