

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sertifikasi halal, *beauty influencer*, dan diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada generasi Z di Jepara. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 generasi Z yang ada di Jepara. Berdasarkan analisis statistik yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Hasil pengujian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Sertifikasi Halal (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil ini dibuktikan dengan variabel Sertifikasi Halal memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,117 > 1,984$). Koefisien regresi Sertifikasi Halal yang memperoleh nilai 0,234 dan nilai signifikansi untuk sertifikasi halal sebesar $0,037 < 0,05$. Dengan demikian H1 diterima, artinya Sertifikasi Halal dapat meningkatkan Keputusan Pembelian terhadap produk Wardah yang dilakukan oleh Generasi Z.
- 2) Hasil pengujian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Beauty Influencer* (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil ini dibuktikan dengan variabel *beauty influencer* memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,017 > 1,984$). Koefisien regresi *Beauty Influencer* yang memperoleh nilai 0,361 dan nilai signifikansi untuk *Beauty Influencer* sebesar $0,003 < 0,05$. Dengan demikian H2 diterima, artinya *Beauty Influencer* dapat meningkatkan Keputusan Pembelian terhadap produk Wardah yang dilakukan oleh Generasi Z.
- 3) Hasil pengujian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Diferensiasi Produk (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil ini dibuktikan dengan variabel Diferensiasi Produk memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,803 > 1,984$). Koefisien regresi Diferensiasi Produk yang memperoleh nilai 0,525 dan nilai signifikansi untuk Diferensiasi Produk sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H3 diterima, artinya Diferensiasi Produk dapat meningkatkan Keputusan Pembelian terhadap produk Wardah yang dilakukan oleh Generasi Z.

B. Saran-Saran

Terdapat saran untuk pihak yang terkait akan penelitian ini agar dapat menjadi pertimbangan baik untuk perusahaan, responden maupun pengembangan penelitian ini. Beberapa sarannya yaitu:

1. Bagi pihak PT Paragon *Technology and Innovation*
Untuk pihak PT PTI, penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang berguna untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. PT PTI diharapkan dapat memberikan perhatian pada pengimplementasian sertifikasi halal, *beauty influencer*, diferensiasi produk agar semakin meningkatkan penjualan produk Wardah.
2. Bagi Generasi Z
Berdasarkan hasil penelitian variabel sertifikasi halal, *beauty influencer* dan diferensiasi produk terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat memberikan masukan pada generasi Z bahwa sebelum membeli suatu produk agar memperhatikan kehalalan suatu produk. Selain itu harus bisa memilah *beauty influencer* yang memberikan ulasan sesuai fakta dan tidak dilebih-lebihkan.
3. Bagi peneliti selanjutnya
Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan dan memperluas aspek-aspek dan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini. Perluasan penelitian dapat dilakukan dengan meningkatkan jumlah responden, memperbanyak referensi, membahas variabel-variabel bebas yang belum diteliti da juga menggunakan metode-metode penelitian yang lain agar mendapatkan jawaban dan hasil yang maksimal.