

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh citra merek dan kesadaran label halal pada produk kecantikan di skincare Al-Zena Kayen. Responden dalam penelitian ini berjumlah 75 orang. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap minat beli konsumen pada produk kecantikan di skincare Al-Zena Kayen. Semakin baik citra merek suatu produk maka semakin tinggi pula minat beli konsumennya.

Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian statistik pengaruh citra merek terhadap minat beli konsumen menunjukkan nilai t hitung sebesar 3.530 dengan nilai t tabel 1.993 dan nilai signifikansi 0.001 yang berada dibawah 0.05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih besar dari t tabel ($3.530 > 1.993$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh dan signifikan). Jadi citra merek merupakan variabel bebas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Skincare Al-Zena Kayen.

Apabila variabel bebas lain dianggap konstan, maka koefisien regresi citra merek sebesar 0.355 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan citra merek sebesar 100% akan meningkatkan minat beli konsumen sebesar 35.5%. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X_1 terhadap variabel Y adalah positif.

2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara label halal terhadap minat beli konsumen pada produk kecantikan di Skincare Al-Zena Kayen. Dengan adanya label halal, maka minat beli konsumen akan meningkat. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian statistik pengaruh label halal terhadap minat beli konsumen menunjukkan nilai t hitung sebesar 5.929

dengan nilai t tabel 1.993 dan nilai signifikansi 0.000 yang berada dibawah 0.05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih besar dari t tabel ($5.929 > 1.993$), maka H_0 ditolak dan H_2 diterima (terdapat pengaruh dan signifikan). Jadi label halal merupakan variabel bebas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Skincare Al-Zena Kayen.

Apabila variabel bebas lain dianggap konstan, maka koefisien regresi label halal sebesar 0.528 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan label halal sebesar 100% akan meningkatkan minat beli konsumen sebesar 52.8%. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X_2 terhadap variabel Y adalah positif.

3. Terdapat pengaruh secara bersama-sama antara citra merek dan label halal terhadap minat beli konsumen pada produk kecantikan di Skincare Al-Zena Kayen.

Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji F yang diperoleh nilai f tabel untuk $df = 75-2-1 = 72$ dengan taraf signifikansi 5% adalah 3.12. Dengan demikian nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel ($45.166 > 3.12$) dengan nilai signifikansi 0.000. Ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya bahwa variabel independen (citra merek dan label halal) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen (minat beli konsumen) pada produk kecantikan di Skincare Al-Zena Kayen.

B. Keterbatasan Masalah

1. Keterbatasan mengenai pemilihan variabel yang diteliti seperti yang disebutkan dalam penelitian ini, sehingga hasil penelitian ini hanya berfokus pada variabel-variabel tersebut.
2. Keterbatasan tentang sampel yang digunakan yaitu 75 responden, sehingga peneliti kurang maksimal dalam menyebar angket.
3. Keterbatasan waktu, tenaga, biaya dan tenaga sehingga peneliti dalam penelitian ini kurang maksimal.

4. Apabila hasil penelitian ini akan dijadikan sebagai masukan, maka perlu dipertimbangkan adanya beberapa keterbatasan. Hal ini perlu diperhatikan dengan maksud agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat secara optimal.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan, yaitu :

1. Untuk pemilik usaha, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek dan label halal terhadap minat beli konsumen. Sehingga pemilik usaha diharapkan untuk tetap mempertahankan citra merek dan label halal dengan baik agar minat beli konsumen terhadap produk kecantikan di Skincare Al-Zena Kayen meningkat.
2. Kemudian pemilik usaha diharapkan dapat memperhatikan hal-hal lain untuk bisa meningkatkan minat beli konsumen yang mana dapat diukur dengan meningkatnya jumlah konsumen dengan cara mempertahankan dan menginovasi citra merek dengan baik dan tetap mempertahankan menjual produk yang berlabel halal. Dengan ini pemilik usaha dapat meningkatkan minat beli konsumen, sehingga mereka dapat merekomendasikan Skincare Al-Zena Kayen kepada orang lain.

D. Penutup

Alhamdulillah segala puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan rahmat, taufiq, dan ridho-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sholawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada beliau baginda Rasulullah Muhammad SAW. Yang kita nantikan syafa'atnya kelak di yaumul qiyamah. Semoga kita semua termasuk dalam golongan hambanya yang senantiasa bermunajah kepadanya. Amin..

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna baik secara penulisan maupun penuturan kata. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif untuk perbaikan penelitian ataupun penulisan yang akan datang.

Akhirnya, tiada kata yang pantas ucapkan dari penulis selain ucapan terimakasih banyak kepada semua pihak yang sudah membantu dalam proses pembuatan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya. Jazakumullahu khoiron katsiron..

