REPOSITORI IAIN KUDUS

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal, kualitas produk, harga, dan brand image terhadap minat pembelian produk kosmetik halal scarlett whitening pada muslim milenial di Kabupaten Demak. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 349 reponden yang merupakan muslim milenial di Kabupaten Demak yang sedang atau pernah menggunakan produk scarlett whitening. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil dari pengujian statistik labelisasi halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada muslim milenial di Kabupaten Demak. Pengujian statistik menunjukkan hasil dari uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,638 lebih besar dari t_{tabel} 1,966 (3,638 > 1,966). Sedangkan nilai signifikan variabel halal sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Maka dari itu guna meningkatkan kepercayaan dan tingkat pembelian pada masyarakat produk scarlett whitening harus dapat menjaga kehalalan pada produk seperti bahan dan proses pembuatan.
2. Hasil dari pengujian statistik kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada muslim milenial di Kabupaten Demak. Pengujian statistik menunjukkan hasil dari uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,131 lebih besar dari t_{tabel} 1,966 (3,131 > 1,966). Sedangkan nilai signifikan variabel halal sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 (0,002 < 0,05). Maka dari itu diharap scarlett whitening dapat menjaga kualitas produk mulai dari bahan yang digunakan dan lain-lain karena semakin baik dan tinggi kualitas produk yang dimiliki produk scarlett whitening dapat meningkatkan minat pembelian konsumen.
3. Hasil dari pengujian statistik harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada muslim milenial di Kabupaten Demak. Pengujian statistik menunjukkan hasil dari uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,847 lebih besar dari t_{tabel} 1,966 (3,847 > 1,966). Sedangkan nilai signifikan variabel halal sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Maka dari itu dengan perusahaan menetapkan harga produk scarlett whitening baik dan setara dengan competitor lainya serta kualitas manfaat yang di dapatkan akan meningkatkan minat pembelian masyarakat.

4. Hasil dari pengujian statistik *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada muslim milenial di Kabupaten Demak. Pengujian statistik menunjukkan hasil dari uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 10,186 lebih besar dari t_{tabel} 1,966 (10,186 > 1,966). Sedangkan nilai signifikan variabel halal sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Maka dari itu perusahaan scarlett whitening harus dapat menjaga dan memperkuat *image* dengan melakukan promosi yang menarik karena semakin terkenal dan memiliki citra baik suatu produk di masyarakat akan mampu memberikan motivasi kuat untuk mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli produk.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini peneliti telah melakukan dan mengusahakan semaksimal mungkin, namun masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Kabupaten Demak dengan responden milenial muslim. Dengan menggunakan responden yang lebih beragam maka penelitian ini dapat menunjukkan hasil yang lebih menyeluruh.
2. Dalam penelitian ini hanya meneliti pengaruh labelisasi halal, kualitas produk, harga, dan brand image sedangkan masih banyak faktor yang mempengaruhi minat pembelian.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

C. Saran

Adapun penelitian memberikan beberapa saran yang dapat bermanfaat dan dijadikan masukan bagi pihak terkait diantaranya sebagai berikut:

1. **Bagi perusahaan**
   a. Diharap perusahaan dapat menjaga dan memperkuat *image* scarlett whiteining dengan melakukan promosi yang menarik untuk meningkatkan minat pembelian masyarakat.
   b. Menjaga dan meningkatkan relasi kepada konsumen dengan menjaga kehalalan produk, dan kualitas produk yang diproduksi baik yang dimiliki perusahaan guna meningkatkan kepercayaan serta minat pembelian masyarakat.
   c. Perusahaan diharap mampu menetapkan harga sesuai dengan daya kemampuan masyarakat.
2. **Bagi konsumen**
   Kepada konsumen muslim diharap lebih teliti sebelum membeli suatu produk dengan memperlihatkan label halal dan BPOM pada kemasan produk yang akan dibeli karena produk yang telah mendapatkan izin dari pihak berwenang cenderung lebih aman.
3. **Bagi penelitian selanjutnya**
   a. Menambah atau menggunakan variabel lain yang mungkin lebih besar mempengaruhi minat pembelian produk Scarlett Whitening, karena variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya sebagian variabel yang ada.
   b. Memperluas populasi penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih baik.

D. Penutup

Alhamdulillah puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan kesehatan, kekuatan, nikmat, dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Terimakasih juga kepada piha-pihak yang telah membantu, memberi kritikan, saran, dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kekeliruan dalam penulisan. Oleh sebab itu saran dan kritik yang membangun dari semua pihak yang berkompetensi sangat diharapkan oleh penulis. Akhirul kalam, semoga skripsi ini dapat

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

bermanfaat terutama bagi penulis selanjutnya dan pembaca. Amin Ya Rabbal'alamin.

REPOSITORI IAIN KUDUS