

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Beracuan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Halal Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Ms Glow pada generasi Z di kabupaten kudus, sehingga menyebabkan  $H_1$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat minat beli generasi Z di kabupaten kudus tergolong pada tingkat tinggi. *Halal Awareness* secara persial berpengaruh terhadap minat beli produk *skincare* Ms Glow.
2. Variabel *Islamic branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Ms Glow pada generasi Z di kabupaten kudus, sehingga menyebabkan  $H_1$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat minat beli generasi Z di kabupaten kudus tergolong pada tingkat tinggi. *Islamic branding* secara persial berpengaruh terhadap minat beli produk *skincare* Ms Glow.
3. Variabel *halal logo* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Ms Glow pada generasi Z di kabupaten kudus, sehingga menyebabkan  $H_1$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat minat beli generasi Z di kabupaten kudus tergolong pada tingkat tinggi. *halal logo* secara persial memiliki pengaruh terhadap minat beli produk *skincare* Ms Glow.
4. Variabel *product ingredients* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Ms Glow pada generasi Z di kabupaten kudus, sehingga menyebabkan  $H_1$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat minat beli generasi Z di kabupaten kudus tergolong pada tingkat tinggi. *product ingredients* secara persial memiliki pengaruh terhadap minat beli produk *skincare* Ms Glow.

#### B. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini penulis sadar masih terdapat keterbatasan penelian diantaranya:

1. Penelitian ini hanya berfokus untuk meneliti Minat Beli Konsumen Produk *Skincare* Ms Glow Ditinjau Dari *Halal Awareness*, *Islamic Branding*, *Halal Logo* dan *Product Ingredients* (studi kasus Generasi Z yang tinggal Di Kabupaten Kudus), sehingga mempunyai peran penelitian yang kurang kuat.

2. Penelitian ini hanya beracuan dengan jawaban responden lewat kuisioner yang diberikan pada responden melalui google form, yang dipakai sebagai sampel pada penelitian sebanyak 100 responden.
3. Jika hasil penelitian ini nantinya akan dibuat sebagai bahan acuan, maka perlu adanya dilakukan suatu pertimbangan karena adanya keterbatasan. Hal tersebut bertujuan agar penelitian selanjutnya memperoleh lebih banyak manfaat lagi dan dapat menunjukkan data yang optimal.

### C. Saran-saran

Beracuan pada hasil, pembahasan, dan kesimpulan pada penelitian ini, dibawah ini ialah saran yang dapat disampaikan, yakni:

1. Bagi Perusahaan

Untuk perusahaan penelitian ini bisa menjadi saran dan pertimbangan bagi manajemen Ms Glow untuk mempertahankan bahkan diharapkan meningkatkan aspek-aspek *Halal Awareness*, *Islamic Branding*, *Halal Logo* dan *Product Ingredients* yang telah dimiliki agar selalu sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan lainnya.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian yang akan datang dengan topik yang serupa diharapkan supaya menyempurnakan penelitiannya seperti dengan memberi tambahan variabel bebas lain yang mungkin dapat berpengaruh terhadap minat beli produk halal yang belum dicantumkan didalam penelitian ini. Selain itu apabila dimungkinkan peneliti bisa menambah jumlah partisipan agar terjadi peningkatan kualitas penelitian secara statistic.