

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh persepsi label halal dan persepsi *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada Mahasiswi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Label halal berpengaruh signifikan yang positif terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin jelas label halal pada suatu produk, maka semakin meningkatkan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian produk tersebut.
- 2) *Celebrity endorser* berpengaruh signifikan yang positif terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin tinggi *personal branding* yang ditampilkan oleh *celebrity endorser* suatu produk, maka semakin meningkatkan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian produk tersebut.
- 3) Label halal dan *celebrity endorser* berpengaruh signifikan yang positif terhadap keputusan pembelian secara simultan. Artinya, semakin jelas label halal pada suatu produk dan ditambah dengan semakin tingginya *personal branding* dari *celebrity endorser* produknya, maka semakin meningkatkan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian produk tersebut.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa variabel independen yang terdiri dari label halal dan *celebrity endorser* mempunyai implikasi tersendiri bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Namun, secara keseluruhan konsumen setuju dengan pernyataan dari indikator yang dipaparkan pada penelitian ini. Variabel yang paling banyak mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian adalah label halal.

Adapun implikasi yang dapat dikembangkan oleh Wardah antara lain:

- 1) Berdasarkan hasil penelitian yang dilihat dari label halal, konsumen didominasi besar oleh responden yang memiliki pengetahuan tentang arti dari label halal lembaga MUI dan menjadikan hal tersebut sebagai pertimbangan dalam melakukan pembelian kosmetik Wardah. Dilihat pada nilai setiap indikator label halal pada penelitian ini, hendaknya ukuran tulisan halal lebih dijelaskan lagi agar tidak menimbulkan keraguan konsumen dan lebih menambah tingkat keputusan konsumen untuk membeli produk kosmetik Wardah.
- 2) Berdasarkan hasil penelitian yang dilihat dari *celebrity endorser*, konsumen didominasi oleh responden yang menyetujui bahwa rata-rata responden berpendapat Dewi Sandra memiliki kesan yang *elegant* dan bersahaja sekaligus memiliki *image* yang baik sehingga itu semua bisa mendorong konsumen untuk membeli kosmetik Wardah. Dilihat pada nilai setiap indikator dari *celebrity endorser* pada penelitian ini, hendaknya selebriti yang akan dipilih Wardah selanjutnya sebagai pendukung

produknya memiliki tingkat *visibility* (popularitas selebriti) yang lebih baik lagi dan lebih banyak disukai konsumen, baik Muslim ataupun non-Muslim seperti Laudya Chintya Bella dan Bunga Citra Lestari. Hal tersebut bertujuan agar lebih meningkatkan tingkat keputusan konsumen dalam melakukan pembelian kosmetik Wardah.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang diinginkan. Oleh sebab itu, keterbatasan ini diharapkan lebih bisa diperhatikan untuk peneliti-peneliti yang akan datang. Keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini diantaranya:

- 1) Peneliti membatasi penelitian dengan menggunakan dua variabel independen saja, yaitu label halal dan *celebrity endorser*.
- 2) Metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti menggunakan kuesioner, sehingga memungkinkan data yang diperoleh bersifat subjektif.
- 3) Populasi dalam penelitian ini terbatas hanya pada Mahasiswa S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas, sehingga dapat mengurangi keakuratan penelitian.

5.4 Saran

Penelitian ini masih jauh dari sempurna sehingga masih butuh penelitian tambahan yang berkelanjutan yang lebih terarah dan lebih luas dari penelitian ini, agar kelemahan yang muncul dapat diperbaiki dan disempurnakan. Saran dari penelitian ini adalah:

1) Bagi perusahaan kosmetik Wardah

Disarankan untuk pihak Wardah lebih menjelaskan lagi tujuan pencantuman label halal pada produk yang menyatakan bahwa pemberian label tersebut tidak hanya ditujukan untuk konsumen Muslim saja, tetapi untuk semua konsumen baik Muslim maupun non-Muslim yang ingin terlihat cantik dan peduli akan kesehatannya karena terbebas dari bahan-bahan yang berbahaya. Selain itu, pihak Wardah disarankan untuk memilih *celebrity endorser* selanjutnya dari sosok yang ahli pada bidang kesehatan dan kecantikan agar lebih meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk Wardah.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain dan memperluas populasi atau menambah jumlah reponden agar diperoleh hasil penelitian yang lebih bervariasi. Variabel lain tersebut seperti *halal awareness, religious belief, personal societal perception* dan sebagainya. Dan agar mendapatkan hasil yang lebih objektif, peneliti bisa menambahkan teknik pengumpulan data dengan wawancara.