

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini sudah membuktikan bahwa variabel independen (X) yaitu *Halal Awareness*, *Halal Certification*, *Product Quality*, *Marketing Promotion* dan *Brand* ada yang berpengaruh signifikan dan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen (Y) *Purchase Intention*. Penelitian ini menggunakan metode survei eksplanatory kuantitatif dengan responden sebanyak 110 orang. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *Halal Awareness* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*. Hal ini terlihat dari jawaban konsumen kosmetik halal di kota Payakumbuh bahwa mereka setuju atas adanya minat beli konsumen terhadap kosmetik halal disebabkan oleh kesadaran akan kata “halal”. Dan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel *Halal Awareness* maka akan berdampak pada semakin tinggi *Purchase Intention* pada kosmetik halal di Kota Payakumbuh.
2. Variabel *Halal Certification* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision*. Hal ini terlihat dari jawaban konsumen kosmetik halal di kota Payakumbuh bahwa mereka setuju atas adanya niat beli konsumen terhadap kosmetik halal disebabkan oleh adanya sertifikasi halal pada suatu produk kosmetik yang akan mereka beli karena dengan adanya sertifikasi halal menjadikan suatu produk tersebut sudah terjamin kualitas dan standar bahan yang digunakan. Dan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel *Halal Certification* maka akan berdampak pada semakin tinggi *Purchase Intention* pada kosmetik halal di Kota Payakumbuh
3. Variabel *Product Quality* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Purchase Intention* pada kosmetik halal di Kota Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

semakin tinggi nilai variabel *Product Quality* maka akan berdampak pada semakin rendah *purchase intention* pada pada kosmetik halal di Kota Payakumbuh.

4. Variabel *Marketing Promotion* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Purchase Intention* pada kosmetik halal di Kota Payakumbuh. Dikarenakan konsumen tidak menjadikan *Marketing Promotion* sebagai acuan dalam membeli kosmetik halal dikota Payakumbuh.
5. Variabel *Brand* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Purchase Intention* pada kosmetik halal di Kota Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel *Brand* maka akan berdampak pada semakin rendah *purchase intention* pada pada kosmetik halal di Kota Payakumbuh. Dalam hal ini *Brand* juga tidak menjadi acuan konsumen dalam memiliki minat beli kosmetik halal dikota Payakumbuh

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting untuk pihak produsen kosmetik halal agar lebih mengamati dan menganalisa faktor *halal awareness*, *halal certification*, *product quality*, *marketing promotion*, dan *brand*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan pengamatan peneliti di lapangan, bagi pihak produsen kosmetik Halal, dapat digunakan sebagai tolak ukur faktor apa saja yang dapat memicu niat membeli konsumen terhadap kosmetik halal tersebut. Selain itu jika produsen menerapkan suatu produk kosmetik memiliki standarisasi halal, itu akan membuat produk memiliki standar kualitas yang jelas, serta memberikan nilai fungsi yang lebih kepada pelanggan khususnya di kota Payakumbuh, Sumatra Barat.

Pada penelitian ini bagi produsen untuk meningkatkan produksi terhadap kosmetik halal produsen juga harus pandai dalam menumbuhkan kesadaran halal bagi konsumen karena kosmetik halal memiliki peminat yang luar biasa dibandingkan dengan kosmetik yang tidak memiliki sertifikasi halal.

Melihat hasil penelitian, konsumen yang ada dikota Payakumbuh lebih cenderung memperhatikan kehalalan suatu produk dikarenakan suatu produk atau kosmetik yang telah memiliki sertifikasi halal pasti sudah memiliki keamanan dan kualitas yang baik. Oleh karena itu produsen harus pandai memperhatikan produk yang akan diproduksi sesuai dengan standar halal yang ada yang dikeluarkan oleh MUI.

Kemudian ini juga dapat dilihat dari hasil yang didapatkan dari penelitian ini salah satu nya terdapat pada indikator nomor 3 dari variabel *Halal Awareness* yang memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,7 dari pernyataan “Saya sadar untuk menggunakan kosmetik halal karena kewajiban agama”, jadi dapat disimpulkan bahwa produsen kedepannya dapat mengurus produk yang sudah halal tetapi belum memiliki sertifikasi halal untuk di buat dan diurus untuk sertifikasi halal nya karena konsumen memiliki keyakinan tersendiri untuk tetap mengkonsumsi dan menggunakan produk halal.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman langsung oleh peneliti dalam proses penelitian ini, beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi faktor yang perlu diperhatikan lebih bagi peneliti-peneliti selanjutnya agar dapat menyempurnakannya. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya mengkaji variabel *Halal Awareness*, *Halal Certification*, *Product Quality*, *Marketing Promotion*, dan *Brand* pada kosmetik halal di Kota Payakumbuh yang dalam pengujiannya hanya mampu menjelaskan pengaruh sebesar

38,8% saja, sedangkan sisanya sebesar 61,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

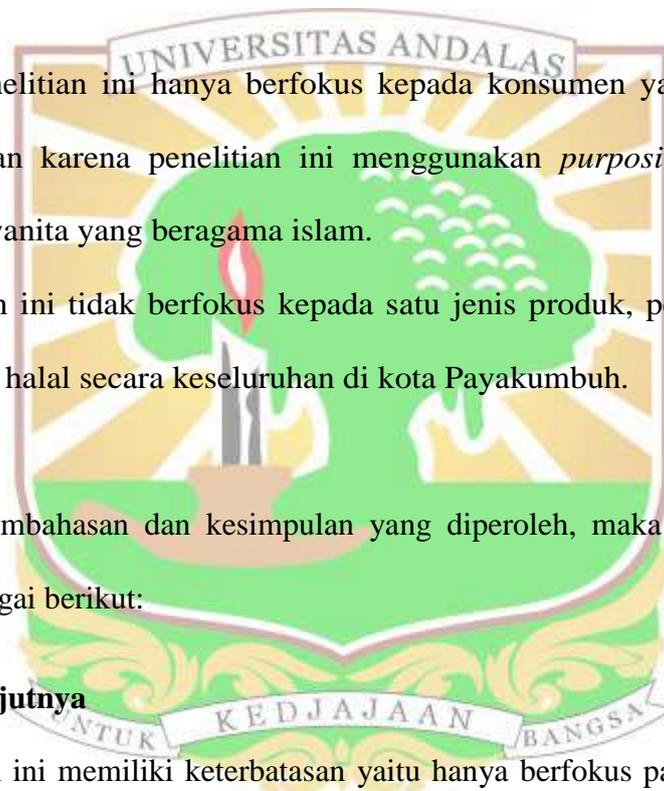
2. Lokasi dalam penelitian ini hanya difokuskan pada wilayah Kota Payakumbuh, Sumatra Barat. Maka hasil penelitian ini hanya dapat diterapkan di Kota Payakumbuh saja.
3. Penelitian ini tidak memfokuskan terhadap satu jenis produk, sehingga hanya memberikan gambaran umum mengenai minat beli konsumen terhadap kosmetik halal.
4. Pada Penelitian ini hanya berfokus kepada konsumen yang berjenis kelamin perempuan karena penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria wanita yang beragama islam.
5. Penelitian ini tidak berfokus kepada satu jenis produk, penelitian ini meneliti kosmetik halal secara keseluruhan di kota Payakumbuh.

5.4 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya berfokus pada variabel mengkaji pengaruh faktor *Halal Awareness*, *Halal Certification*, *Product Quality*, *Marketing Promotion*, dan *Brand*. Oleh karena itu disarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain seperti harga dan loyalitas yang juga turut mempengaruhi *Purchase Intention*.
2. Wilayah cakupan dalam penelitian ini masih dalam skala kecil, yaitu hanya berfokus meneliti di Kota Payakumbuh saja, disarankan pada penelitian selanjutnya agar dapat meneliti lokasi yang lebih luas seperti provinsi Sumatra Barat dan tidak hanya



pada satu daerah saja seperti kota Payakumbuh, sehingga mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

Bagi Produsen Kosmetik

Produsen kosmetik disarankan untuk mempertahankan *Halal Awareness* dan *Halal Certification* terhadap produknya dan juga tidak melupakan faktor lain yang akan mendukung penjualan dari kosmetik halal. Produsen kosmetik halal juga harus membuat program seperti selalu meningkatkan bahan-bahan yang berkualitas disetiap periodenya yang akan menunjang peningkatan produksi dan penjualan kosmetik halal. Produsen juga harus selalu *upgrade* terhadap sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh MUI dan juga meningkatkan produk dari segala aspek yang juga sesuai dengan syariat islam.

Bagi Penjual Kosmetik

Sebaiknya penjual kosmetik yang ada di kota Payakumbuh dapat melihat peluang yang cukup besar yaitu sebesar 38,8% minat beli konsumen dipengaruhi oleh kesadaran halal dan juga memiliki minat terhadap kosmetik yang memiliki sertifikasi halal, jadi sebaiknya penjual kosmetik mempertimbangkan menjual produk kosmetik yang bersertifikat halal untuk menarik konsumen membeli kosmetik yang akan ditawarkan.

Bagi Konsumen Kosmetik

Bagi konsumen sebaiknya memilih kosmetik yang sudah memiliki sertifikasi halal karena sudah memiliki standarisasi terhadap bahan-bahan yang digunakan, cara peroleh dan juga proses yang dilakukan terhadap produksi kosmetik tersebut jadi, kosmetik yang sudah memiliki sertifikasi halal sudah terjamin keamanan dan kualitas produk yang akan dikonsumsi.

Bagi Salon Kecantikan

Bagi salon kecantikan, disarankan untuk menggunakan produk-produk yang tersertifikasi halal yang mana akan menjaga kenyamanan dan keamanan bagi konsumen sehingga terjaga kualitas produk dan pelayanan yang akan diberikan ke konsumen.

