BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif, dilakukan dengan wawancara bersama responden yang telah dipilih sesuai dengan kriteria, dan analisis hasil untuk penelitian ini dilakukan dengan analisis tematik. Penelitian dilakukan di Kota Padang, Sumatera Barat. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggali lebih dalam mengenai persepi masyarakat, kesadaran merek dan minat beli yang dibahas dengan milenial non muslim. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara terstruktur dengan para responden. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif untuk mendapatkan informasi tentang persepsi masyarakat, kesadaran merek dan minat beli dari milenial non muslim. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dikumpulkan dengan wawancara bersama milenial non muslim. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Pada bagian persepsi masyarakat dapat disimpulkan bahwa milenial non muslim di kota Padang tidak sepenuhnya memahami makna dari iklan yang ditampilkan mengenai produk halal Wardah. Karena secara garis besar milenial non muslim di kota Padang memahami bahwa produk halal Wardahhanyalah produk yang bermanfaat, berkualitas dan cocok untuk digunakan.

2. Pada bagian kesadaran merek dapat disimpulkan bahwa milenial non muslim di kota Padang mendeskripsikan produk Wardah dalam kategori produk halal. Hal ini disebabkan oleh iklan produk Wardah yang memberikan kesan tersebut dengan

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

selalu menggunakan artis-artis berhijab sebagai model iklan serta didukung juga dengan kemasan produk berwarna hijau yang identik dengan agama Islam.

3. Pada bagian logo halal dapat disimpulkan bahwa milenial non muslim di kota Padang tidak terlalu mementingkan logo halal tersebut dalam sebuah produk Wardah yang diiklankan di media sosial. Alasannya adalah karena semua responden merupakan non muslim yang apabila menggunakan produk Wardah hanya didasarkan pada manfaat yang didapatkan dari produk Wardah tersebut.

5.2 Implikasi

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, implikasi pada penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada masyarakat milenial non muslim untuk dapat lebih memahami makna dari halal yakni merupakan sesuatu yang bahan baku dan proses pembuatan yang sesuai dengan ketentuan dalam agama Islam.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menimbulkan *brand awareness* yang dapat dipahami oleh masyarakat non muslim bahwa produk halal diproduksi tidak hanya untuk masyarakat muslim, tetapi produk halal adalah produk yang diciptakan untuk umum dimana produk halal dapat memberikan jaminan kualitas produk dan mengandung bahan yang baik untuk kesehatan penggunanya.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan dampak positif pada produk Wardah agar dapat memperbesar cakupan ruang lingkup produk mereka yang tidak hanya terbatas pada karakteristik muslim saja, namun juga dapat mempengaruhi minat beli daripada masyarakat non muslim.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

4. Hasil penelitian ini diharapkan bahwa Wardah dalam mengiklankan produk-produknya untuk dapat menggunakan lebih banyak lagi jasa artis-artis yang tidak harus berhijab. Karena dapat dilihat pada saat penelitian ini dilakukan, sebagian besar bintang iklan dari produk Wardah adalah wanita yang berhijab. Hal ini dapat menimbulkan kesan bahwa produk-produk Wardah dibuat khusus untuk masyarakat muslim dan bukan untuk masyarakat non muslim. Sehingga diharapkan nantinya Wardah dapat meraih minat dari seluruh konsumen, baik yang muslim dan non muslim.

5. Hasil penelitian ini diharapkan bahwa Wardah dalam mengiklankan produk-produknya untuk dapat lebih menekankan bahwa produk mereka merupakan produk yang dapat memberikan banyak manfaat bagi para konsumen dan dapat digunakan oleh semua masyarakat. Hal ini dilakukan agar Wardah dapat lebih menarik semua konsumen baik yang muslim dan non muslim untuk dapat membeli produk Wardah.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Selama penelitian dilakukan, peneliti menyadari bahwa hasil dari penelitian ini tidak sempurna dan memiliki banyak keterbatasan sehinggabisa memengaruhi hasil dari penelitian. Oleh karena itu, keterbatasan dalam penelitian ini bisa diperhatikan juga untuk penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain adalah :

1. Peneliti hanya menganalisis 3 variabel dalam penelitian ini, yaitu persepsi masyarakat, kesadaran merek dan minat beli.

2. Peneliti hanya dapat melakukan penelitian ini melalui wawancara lewat *video call* dikarenakan pada saat melakukan penelitian, peneliti harus mematuhi protokol kesehatan yang berlaku pada saat pandemi berlangsung.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

3. Peneliti hanya melakukan penelitian terhadap masyarakat milenial non muslim, sehingga hanya menghasilkan hasil penelitian yang kurang tergeneralisasi secara luas.

5.4 Saran

Adapun saran dari penulis berdasarkan hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian sampai kepada keputusan pembelian. Karena pada penelitian ini hanya membahas sampai minat beli pada masyarakat non muslim.
2. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk dapat mengubah objek penelitian yang tidak hanya tergantung pada masyarakat milenial non muslim, tetapi juga dapat membahas penelitiannya secara lebih luas.
3. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk dapat meneliti produk halal lainnya selain produk kosmetik.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA