

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai iklan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik halal dengan ulasan *online* konsumen sebagai variabel mediasi. Peneliti menemukan bahwa iklan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik halal. Iklan kosmetik halal menjadi penting bagi perusahaan untuk memasarkan produk ke masyarakat luas, karena iklan memberikan informasi mengenai produk kosmetik halal. Hasil analisis dari variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik halal. Konsumen menyetujui bahwa sebelum membeli akan memperhatikan kualitas. Kualitas produk kosmetik halal harus sesuai dengan syariah dan tidak mengandung bahan-bahan yang haram. Hasil dari ulasan *online* konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik halal. Ulasan *online* sangat penting karena membantu konsumen untuk mendapatkan informasi produk berisi kekurangan maupun kelebihan suatu produk.

Hasil analisis dari variabel mediasi menemukan bahwa ulasan *online* konsumen mampu memediasi iklan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik halal. Ulasan *online* menjadi faktor penambah dalam mempengaruhi keputusan. Konsumen yang ingin membeli produk akan melihat iklan dan kualitas produk, selain itu melakukan validitas informasi yang didapat melalui sebuah ulasan *online* konsumen, jika sesuai dengan kebutuhan konsumen akan melakukan pembelian.

V.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menemukan keterbatasan dalam proses pelaksanaan dan penyusunan penelitian baik dari dalam maupun dari luar. Penelitian ini terdapat dua variabel eksogen yaitu iklan dan kualitas produk, serta variabel mediasi yaitu ulasan *online* konsumen yang diduga mempengaruhi variabel endogen yakni keputusan pembelian. Peneliti menemukan ada variabel eksogen yang tidak diteliti pada

penelitian yang diduga dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena nilai koefisien determinan tergolong rendah. Keterbatasan penelitian juga ditemukan pada pertanyaan yang ada di setiap indikator tidak ada unsur halal dikarenakan peneliti tidak menggunakan variabel label halal.

V.3 Saran

Berdasarkan hasil yang didapat, peneliti memberikan beberapa masukan dan pertimbangan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian pada kosmetik halal untuk menambahkan variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini, menggunakan jumlah sampel yang lebih besar untuk dapat mewakili populasi dan lokasi penelitian yang lebih luas untuk mendapatkan data yang lebih akurat. Bagi regulator baik pemerintah maupun lembaga terkait untuk memaksimalkan peluang yang ada dalam mengembangkan produsen kosmetik halal di Indonesia dan melakukan ajakan menggunakan produk lokal. Bagi pelaku bisnis harus selalu menjaga kualitas produk lokal sehingga tidak kalah saing dengan produk kosmetik halal impor, mempertimbangkan strategi periklanan yang tepat sesuai Syariat Islam agar mempengaruhi konsumen untuk membeli produk kosmetik, dan memperhatikan ulasan *online* dari para konsumen sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan mutu dan kualitas produk kosmetik halal.