

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan pada variabel Endorsement Selebgram dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Body Care Halal dengan menggunakan *SmartPLS*. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Endorsement Selebgram tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli. Penggunaan endorsement selebgram sebagai media iklan ternyata tidak memberikan dampak pada minat beli konsumen terhadap produk body care halal. Konsumen tidak mempertimbangkan endorsement selebgram dalam memilih suatu produk. Konsumen akan tetap minat pada suatu produk yang memang dibutuhkan meskipun produk tersebut tidak dipromosikan atau di endorse oleh selebgram. Untuk variabel kualitas produk didapatkan kesimpulan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Konsumen akan mempertimbangkan kualitas dari suatu produk sebelum memilihnya. Suatu produk dapat dikatakan memiliki kualitas apabila produk tersebut dapat melengkapi kebutuhan konsumen serta sesuai dengan keinginan yang telah diharapkan dan sesuai dengan klaim yang ditetapkan. Selain itu produk tersebut harus terjamin halal sehingga produk yang digunakan mendapat keberkahan. Seorang produsen atau perusahaan dapat mengurangi biaya untuk endorsement selebgram dan dialihkan untuk meningkatkan kualitas produk

V.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini sudah sesuai dengan pedoman yang ditetapkan, namun pada penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan atau hambatan.

Keterbatasan yang ditemukan sebagai berikut:

1. Peneliti hanya menggunakan 2 variabel bebas saja, sedangkan masih terdapat beberapa variabel bebas lain yang dapat mempengaruhi minat beli produk body

2. care halal. Hal tersebut ditandai dengan nilai R-Square yang dimana terdapat 23,7% yang dijelaskan oleh variabel lain
3. Jumlah responden yang mengisi kuesioner pada penelitian ini masih terhitung sedikit jika dibandingkan dengan populasi wanita yang menggunakan ataupun mengetahui tentang body care halal di jabodetabek
4. Cakupan wilayah kecil karena hanya di Jakarta, Bogor, Depok, Bekasi dan Tangerang saja

V.3 Saran

Dari hasil penelitian yang sudah dijalankan, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan kepada pihak-pihak nterkait. Saran tersebut diantaranya :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
Bagi peneliti selanjutnya yang ingin membahas mengenai topic yang sama yaitu minat beli pada body care halal disarankan untuk menambah variabel-variabel lainnya diluar dari penelitian ini, sertamenambah jumlah sampel responden agar dapat lebih memperkuat penelitiannya.
2. Bagi Pemerintah
Untuk pemerintah disarankan untuk memberikan pengawasan pada setiap produk perawatan tubuh agar produk tersebut sudah ataupun selalu terdaftar pada BPOM guna menjaga kandungannya dan MUI guna menjaga kehalalannya, sehingga konsumen merasa aman dalam menggunakan produk tersebut
3. Bagi pelaku bisnis
Untuk para pelaku bisnis disarankan agar mengurangi biaya untuk promosi melalui endorsement selebgram dan mengalihkan biaya tersebut untuk meningkatkan kualitas produk yang dibuatnya serta mendaftarkan produknya tersebut pada BPOM dan MUI sehingga produk tersebut terjamin bahwa kandungan yang digunakan sudah aman dan halal.