

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Simpulan dari penelitian yang telah dilakukan ialah diskon memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian ulang. Mahasiswa tertarik untuk memanfaatkan penawaran yang terbatas waktu dan melihat bahwa mereka mendapatkan produk kosmetik halal dengan harga yang lebih rendah dari nilai sebenarnya. Kesadaran akan penawaran harga yang lebih murah melalui diskon memberikan dorongan bagi mahasiswa untuk kembali membeli produk kosmetik yang sebelumnya mereka gunakan atau produk baru yang mereka ingin coba. Selanjutnya, *E-WOM* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian ulang. Mahasiswa cenderung mengandalkan rekomendasi dan ulasan produk kosmetik dari media sosial dan platform online lainnya. konten informatif dan beragam tentang kosmetik halal memberikan wawasan dan keyakinan kepada mahasiswa untuk menggunakan produk tersebut. Kesadaran halal juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pembelian ulang. Sebagai konsumen utama kosmetik, mahasiswa semakin memahami dan menerima pentingnya produk yang sesuai dengan prinsip Islam. Kesadaran halal menciptakan kepercayaan konsumen terhadap kosmetik halal, terlebih mengenai tingkat pengetahuan konsumen tentang bahan-bahan yang digunakan dalam produk kosmetik halal.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian tentunya memiliki keterbatasan, pada penelitian ini, peneliti mengidentifikasi hal-hal yang masih menjadi keterbatasan pada penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Jumlah responden pada penelitian ini masih terhitung sedikit dikarenakan hanya mencakup populasi kalangan mahasiswa muslim.
2. Wilayah penelitian hanya berada di Jakarta sehingga kurang menjangkau wilayah yang lebih luas.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah selesai dilakukan, ada beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan kepada pihak terkait, yaitu:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk mengeksplorasi lebih lanjut topik minat pembelian ulang kosmetik halal, disarankan untuk memperkaya kerangka penelitian dengan mengenalkan variabel tambahan yang belum dipertimbangkan dalam studi sebelumnya. Peningkatan jumlah sampel dan keterlibatan masyarakat umum dapat menjadi langkah-langkah penting untuk memperkuat dan memperluas hasil penelitian.

2. Bagi Pembaca

Bagi pembaca, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi wawasan baru terkait kosmetik halal, termasuk mengenai aturan dalam Al-Quran, Undang-Undang, serta Peraturan Pemerintah. Sebaiknya sebagai masyarakat di era digital ini lebih memanfaatkan penggunaan media sosial atau E-WOM dalam memberikan komentar atau rekomendasi mengenai suatu produk. Informasi apapun yang diterima melalui internet alangkah baiknya dipilah terlebih dahulu agar hasilnya menjadi objektif terhadap suatu produk.

3. Bagi Pelaku Bisnis Kosmetik Halal

Bagi pelaku bisnis kosmetik halal, disarankan untuk lebih memanfaatkan strategi potongan harga sebagai insentif bagi konsumen. Selain itu, aktif di platform media sosial dan membangun citra positif melalui *e-wom* dapat menjadi strategi efektif. Mendorong konsumen untuk berbagi pengalaman positif mereka tentang produk melalui ulasan online dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kehalalan produk tersebut. Penting juga bagi pelaku bisnis untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan produk kosmetik halal. Kampanye yang informatif tentang keamanan, kehalalan bahan-bahan, dan manfaat dari kosmetik dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada konsumen.