

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat sembilan faktor yang menjadi faktor-faktor yang memengaruhi perpindahan merek *skincare* internasional ke *skincare* lokal halal. Masing-masing dari kesembilan faktor tersebut terdiri atas beberapa pernyataan dari variabel gaya hidup, harga, dan kesadaran halal. Dari sembilan faktor yang terbentuk, terdapat dua faktor yang dinilai sudah cukup mewakili dari ketujuh faktor yang terbentuk. Variabel gaya hidup memengaruhi mahasiswa untuk melakukan perpindahan merek *skincare* internasional ke *skincare* lokal halal beberapa alasan seperti ketertarikan memakai *skincare* yang sudah terjamin kehalalannya, mudah didapatkan dipasaran, dan sudah memiliki logo halal. Variabel harga memengaruhi mahasiswa untuk berpindah merek *skincare* internasional ke *skincare* lokal halal karena harga produk sesuai dengan pendapatan (uang saku), kesesuaian harga dengan kualitas yang diberikan dan harga yang lebih murah dibandingkan merek internasional. Variabel kesadaran halal memengaruhi mahasiswa untuk berpindah merek *skincare* internasional ke *skincare* lokal halal dengan alasan keyakinan bahwa *skincare* yang sudah berlogo halal merupakan *skincare* yang aman dan telah teruji, keyakinan sebagai muslim harus selalu mengkonsumsi produk halal, keyakinan akan mendapat masalah, dan *skincare* lokal halal telah sesuai dengan syariat Islam

#### **5.2 Keterbatasan**

Terdapat keterbatasan dalam pelaksanaan penelitian ini, diantaranya adalah tidak banyak sumber referensi penelitian yang menggunakan analisis faktor sehingga cukup sulit dalam menjalankan uji analisis faktor.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka peneliti ingin memberikan beberapa saran terkait pembahasan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Secara teoritis, bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel lain supaya lebih bervariasi. Peneliti selanjutnya mungkin dapat menambahkan atau memakai variabel lain, misalnya kualitas produk dan *variety seeking*.
2. Secara praktis, bagi konsumen produk *skincare* diharapkan dapat memperhatikan kehalalan dari setiap produk kosmetik *skincare* yang akan digunakan. Hal ini diperlukan agar konsumen, khususnya sebagai konsumen muslim dapat terjaga kesehatan dan keimanannya dengan selalu mengonsumsi produk halal yang sudah sesuai dengan syariat Islam.