

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena konsumen muslimah di Jabodetabek semakin menyadari pentingnya menggunakan produk kosmetik yang telah tersertifikasi halal. Hal ini menunjukkan bahwa mereka mempertimbangkan kehalalan sebagai bagian dari kepercayaan dan keyakinan yang memengaruhi keputusan pembelian. *Viral marketing* juga memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena strategi promosi yang dilakukan oleh OMG Beauty mampu menjangkau target pasar secara efektif melalui media sosial. Konten yang menarik, seperti ulasan dari *Beauty influencer* dan trend *viral* memberikan dampak positif dalam meningkatkan ketertarikan konsumen untuk mencoba produk OMG Beauty. Selanjutnya, *brand equity* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena OMG Beauty berhasil membangun merek yang kuat di mata konsumen. Hal ini dapat terlihat dari persepsi positif konsumen terhadap kualitas produk, loyalitas terhadap merek, dan asosiasi merek yang relevan dengan kebutuhan pasar, terutama muslimah di Jabodetabek. Kepercayaan terhadap merek OMG Beauty memberikan dorongan kuat bagi konsumen untuk melakukan pembelian.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian yang ditemukan oleh peneliti meliputi tantangan dalam mencari data jumlah penduduk secara keseluruhan untuk wilayah Jabodetabek. Data populasi di wilayah ini tidak tersedia secara terpusat, sehingga peneliti harus mengumpulkan data secara manual dari masing-masing wilayah. Selain itu, wilayah penelitian yang sebatas pada wilayah Jabodetabek sehingga tidak dapat mewakili hasil pada wilayah serta jangkauan lain yang lebih luas.

5.3 Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan dapat memperluas area penelitian di luar Jabodetabek yang dapat memberikan hasil yang lebih general dan

menggali perbedaan perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh faktor geografis, budaya, atau sosial.

2. Bagi Praktisi (OMG Beauty)

OMG Beauty disarankan untuk memperkuat kampanye halal dengan informasi dan edukasi dalam promosi karena hal ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen Muslimah yang mengutamakan produk yang terjamin kehalalannya. Selanjutnya, strategi *viral marketing* dapat ditingkatkan melalui konten kreatif, *live streaming*, dan tantangan menarik di media sosial yang dapat membuat produk tersebut menjadi *viral*. Selain itu, menjaga kualitas produk yang konsisten dan memperkuat loyalitas pelanggan melalui program *reward* dapat memperkuat *brand equity*. Penyesuaian produk dengan preferensi lokal serta edukasi konsumen tentang pentingnya kosmetik halal juga dapat meningkatkan daya saing dan kepercayaan konsumen.