

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan temuan penelitian, simpulan dari penelitian ini yakni variabel kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Somethinc. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen dengan tingkat kesadaran halal yang tinggi cenderung lebih setia karena produk yang sesuai prinsip syariah memberikan rasa aman dan nyaman. Kesadaran halal tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumsi, tetapi juga mencerminkan kewajiban agama, sehingga penting bagi merek untuk menjaga standar halal demi mempertahankan kepercayaan konsumen secara berkelanjutan. Kemudian, *self congruity* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian antara citra merek dengan preferensi atau gaya hidup konsumen, seperti menonjolkan kehalalan, bahan alami, atau premium, berkontribusi membangun keterikatan emosional yang memperkuat loyalitas. Produk yang selaras dengan tren kecantikan, seperti ramah lingkungan atau cocok untuk kulit Indonesia, juga membuat konsumen yang memiliki gaya hidup serupa akan merasa lebih relevan dan terwakili. Selanjutnya, kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsistensi kualitas produk, respons terhadap keluhan, dan kemampuan merek memenuhi ekspektasi konsumen menjadi fondasi yang memperkuat hubungan jangka panjang. Ketika kepercayaan ini terus dibangun dan dijaga melalui kualitas serta konsistensi yang baik, maka loyalitas konsumen cenderung meningkat seiring waktu.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam menjalankan sebuah penelitian, tentu ada beberapa hal yang menjadi keterbatasan. Peneliti menemukan beberapa keterbatasan penelitian, diantaranya:

1. Variabel independen yang digunakan terbatas hanya mencakup kesadaran halal, *self congruity*, dan kepercayaan merek yang memiliki potensi untuk

mempengaruhi loyalitas konsumen Generasi Z. Sedangkan masih terdapat faktor independen lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

2. Sampel yang digunakan masih dalam lingkup Generasi Z Jabodetabek saja, sehingga untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan masyarakat umum yang lebih luas dengan tidak terbatas.
3. Penelitian ini hanya berfokus pada satu merek kosmetik saja, yaitu Somethinc dan belum mencakup analisis terhadap merek lain. Sehingga keterbatasan ini dapat menjadi acuan bagi penelitian berikutnya untuk mengkaji kosmetik merek lain.

5.3 Saran

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Berikut saran yang disampaikan:

1. Secara Teoritis

Disarankan bagi peneliti selanjutnya, untuk memperluas cakupan wilayah penelitian dan meningkatkan jumlah sampel agar hasil yang diperoleh lebih menyeluruh. Selain itu, juga dapat mempertimbangkan penambahan variabel baru yang relevan dan belum dibahas dalam penelitian ini guna memperkaya keragaman data serta memberikan gambaran yang lebih mendalam.

2. Secara Praktis

a. Bagi Pembaca

Mendorong pembaca atau konsumen khususnya Generasi Z untuk lebih selektif dalam memilih produk kosmetik di tengah banyaknya pilihan, dengan memperhatikan merek yang dapat dipercaya dan memastikan produk tersebut memenuhi standar halal. Hal ini diharapkan dapat membantu konsumen membuat keputusan yang lebih bijak, sekaligus selaras dengan nilai-nilai agama dalam memilih produk.

b. Bagi Pelaku Bisnis Kosmetik (Somethinc)

Disarankan untuk terus meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk halal melalui kampanye informatif yang menyoroti keamanan produksi, kehalalan bahan, dan manfaat yang ditawarkan. Selain itu, penting untuk

memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi harapan konsumen dengan cara menjaga transparansi dalam setiap klaim produk serta konsistensi dalam menjaga kualitas dan keandalan produk. Hal ini akan membangun kepercayaan konsumen di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.