

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Keputusan pembelian terhadap kosmetik halal dapat ditingkatkan dengan memaksimalkan keberadaan label halal pada produk sebagai salah satu faktor utama yang memengaruhi pertimbangan konsumen. Selain itu, mempertahankan kualitas produk juga sangat penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya akan mendorong keputusan pembelian. Hal ini berdasarkan temuan penelitian bahwa label halal dan kualitas produk terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik halal. Selain itu, kepuasan konsumen sebagai variabel moderator menunjukkan dua efek yang berbeda, yaitu melemahkan hubungan antara label halal dengan keputusan pembelian, namun memperkuat hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa produk kosmetik memiliki label halal sebagai standar dasar dalam memperkuat preferensi konsumen, terutama di tengah tingginya perhatian masyarakat terhadap kehalalan produk. Label halal menjadi faktor utama yang menarik perhatian konsumen di tahap awal keputusan pembelian. Namun, untuk mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian dalam jangka panjang, perusahaan perlu fokus pada upaya menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini dapat dicapai dengan konsisten menjaga kualitas produk, sehingga konsumen merasa puas dan cenderung melakukan pembelian ulang terhadap produk yang memberikan pengalaman positif dan berkualitas tinggi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang terdapat yaitu pada variabel yang digunakan, di mana hanya diwakili oleh dua faktor saja, yaitu label halal dan kualitas produk. Padahal, hasil penelitian mengindikasikan adanya faktor-faktor lain yang relevan dan dapat dieksplorasi untuk menguji pengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik halal. Selain itu, penelitian dilakukan hanya

berfokus pada masyarakat di wilayah Jabodetabek, sehingga hasil yang diperoleh hanya menggambarkan fenomena di wilayah tersebut dan belum tentu dapat digeneralisasikan ke wilayah lainnya.

5.3 Saran

1. Saran Teoritis

Untuk penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian kosmetik halal, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang relevan, seperti harga, *Electronic Word of Mouth (e-WoM)*, dan loyalitas konsumen, agar analisis yang dilakukan lebih komprehensif. Selain itu, penting juga untuk memastikan penyebaran responden lebih merata di seluruh wilayah target sehingga data yang diperoleh dapat lebih mewakili populasi secara keseluruhan.

2. Saran Praktisi

Bagi pelaku industri kosmetik halal, mempertahankan labelisasi halal pada kemasan produk merupakan langkah strategis yang penting untuk meningkatkan keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan keberadaan label tersebut memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan di pasar. Selain itu, untuk mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam jangka panjang, pelaku industri perlu fokus pada upaya menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini dapat dicapai dengan terus memperhatikan kualitas produk serta memberikan pengalaman penggunaan yang optimal, sehingga konsumen merasa yakin dan puas dengan produk yang mereka pilih.