

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti, yaitu keragaman produk, kesadaran halal, dan FOMO, memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z terhadap produk Azarine di Jakarta. Variabel keragaman produk menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Gen Z pada produk Azarine di Jakarta. Temuan ini menjelaskan semakin beragam pilihan produk yang tersedia, semakin besar dorongan konsumen Gen Z untuk memutuskan melakukan pembelian. Keragaman produk memberi lebih banyak alternatif yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka, yang dapat memperkuat daya tarik dan loyalitas terhadap merek Azarine. Kesadaran halal menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Gen Z pada produk Azarine di Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Gen Z semakin memperhatikan aspek kehalalan dalam memilih produk, termasuk produk kosmetik seperti Azarine. Kesadaran halal ini menjadi faktor penting dalam membentuk preferensi mereka, karena konsumen Gen Z cenderung lebih selektif dalam memilih produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, dengan pencantuman label halal dan informasi bahwa produk tersertifikasi halal dapat meningkatkan kesadaran akan produk halal bagi Gen Z terhadap produk yang dikonsumsi. Variabel FOMO menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Gen Z pada produk Azarine di Jakarta. Hal ini dipengaruhi oleh ketakutan akan ketinggalan tren atau pengalaman yang sedang populer, terutama yang berkaitan dengan produk kecantikan dan perawatan kulit.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun dalam menyusun penelitian ini adanya beberapa batasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian, di antaranya:

- i. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terbatas hanya pada tiga faktor, yaitu keragaman produk, kesadaran halal, dan *Fear of*

Missing Out (FOMO), meskipun faktor-faktor ini memiliki potensi besar untuk memengaruhi keputusan pembelian Gen Z. Penambahan variabel lain yang relevan bisa memperluas pemahaman tentang keputusan pembelian di kalangan konsumen muda.

- ii. Sampel dalam penelitian ini memiliki cakupan yang terbatas pada wilayah Jakarta, yang membuat hasil penelitian untuk populasi yang lebih luas, terutama di luar Jakarta, menjadi kurang representatif.

5.3 Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, adapun beberapa rekomendasi kepada pihak-pihak terkait, sebagai berikut:

1. Teoritis

- a) Bagi Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya perlu memperluas cakupan sampel dan wilayah penelitian, serta mempertimbangkan variabel-variabel tambahan yang relevan. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan lebih banyak faktor atau variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang lebih luas.

2. Praktis

- a) Bagi Pelaku Bisnis

Penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi penting bagi pelaku usaha kosmetik yang ingin memahami dan memenuhi kebutuhan Gen Z di Jakarta. Pentingnya berinovasi terhadap seluruh aspek kosmetik seperti bahan baku, desain, dan variasi produk dalam menyediakan berbagai produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, kampanye mengenai produk yang telah bersertifikasi halal perlu diperluas agar pengguna kosmetik, khususnya konsumen Muslim, merasa lebih aman dan nyaman dalam menggunakannya.

- b) Konsumen

Penting bagi konsumen untuk lebih cermat dalam mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk, terutama terkait dengan bahan-bahan yang digunakan, sertifikasi keamanan seperti BPOM, dan label halal.

Dengan mengetahui komposisi produk, konsumen dapat memastikan bahwa produk tersebut aman digunakan dan sesuai dengan kebutuhan serta preferensi mereka.

c) Regulator

Bagi regulator seperti BPOM, perlu melakukan pengawasan ketat terhadap peredaran produk kosmetik, khususnya yang tidak terdaftar atau tidak memenuhi standar keselamatan. Selain itu, adanya sertifikasi halal dapat menjadi salah satu langkah penting untuk memastikan bahwa produk kosmetik tidak hanya aman tetapi juga sesuai dengan prinsip syariah, khususnya bagi konsumen Muslim.