

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
2. Label Halal tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian
3. Ulasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

5.2 Saran

- Berdasarkan Kesimpulan diatas, peneliti memiliki saran, sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan

Dalam mempertahankan, menjaga dan meningkatkan citra merek, Wardah Cosmetics harus terus menjaga reputasinya di mata konsumen. Ini melibatkan pemeliharaan nama baik perusahaan, yang merupakan kunci untuk membangun kepercayaan terhadap produk-produknya. Semua produk harus memiliki status halal karena ini merupakan bagian dari identitas merek dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Kepercayaan ini dapat membantu konsumen membuat keputusan pembelian.

Melibatkan konsumen secara aktif melalui ulasan juga menjadi elemen penting. Masukan dari ulasan konsumen dapat dijadikan pedoman bagi Wardah Cosmetics untuk terus meningkatkan kualitas produknya. Dengan mengambil feedback ini sebagai dorongan untuk perbaikan, perusahaan dapat membangun citra sebagai produk kecantikan yang unggul dan diminati oleh banyak konsumen. Penting untuk terus

mempertahankan kehalalan pada semua produk agar tetap relevan di pasar. Keberlanjutan ini memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen yang memiliki kepedulian terhadap aspek halal. Dengan mempertahankan standar ini, Wardah Cosmetics dapat memastikan bahwa produknya tetap dipilih oleh konsumen yang memprioritaskan kehalalan dalam keputusan pembelian mereka.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari hasil penelitian ini, terdapat pembatasan karena hanya menggunakan tiga variabel untuk menganalisis pengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, diharapkan bahwa penelitian lanjutan dapat mencakup lebih banyak variabel dan metode yang belum dibahas di sini. Oleh karena itu, penelitian mendatang dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan menyeluruh tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk kosmetik. Pertimbangkan untuk menambah variabel tambahan atau memperluas kategori saat ini, serta mempertimbangkan menggunakan teknik penelitian seperti eksperimen, survei, atau studi kasus. Ini dapat memberikan pandangan baru dan lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti. Dengan penelitian yang terus dilakukan, kita dapat mengharapkan pemahaman yang lebih baik tentang perilaku pembeli dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.