

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis mengenai keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *beauty influencer*, gaya hidup (*life style*), *brand image* dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian studi kasus Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Berdasarkan analisis dan pembahasan dalam penelitian ini maka peneliti menarik kesimpulan yaitu:

1. Hasil dari analisis *beauty influencer* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *beauty influencer* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik halal. Hal ini berarti kemampuan, keahlian, dan daya tarik seorang *beauty influencer* mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian kosmetik halal.
2. Hasil dari analisis gaya hidup dalam penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik halal. Hal ini berarti bahwa penggunaan kosmetik halal sebagai gaya hidup mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian kosmetik halal.
3. Hasil dari analisis *brand image* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik halal. Hal ini berarti bahwa semakin baik *image* suatu produk maka akan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian kosmetik halal.

4. Hasil dari analisis labelisasi halal dalam penelitian ini menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik halal. Hal ini berarti bahwa adanya labelisasi halal pada kemasan produk mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian kosmetik halal.

B. Keterbatasan dan Saran Penelitian Selanjutnya

Peneliti sangat menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, diantaranya adalah:

1. Jumlah dan jangkauan area responden yang diteliti masih terbatas, sehingga penelitian ini masih kurang optimal. Namun peneliti telah melakukan berbagai usaha untuk memperluas jangkauan responden yakni salah satunya dengan cara mencari responden pada area responden yang mayoritas laki-laki. Objek dalam penelitian ini hanya dilakukan pada tingkat mahasiswi yaitu pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian sehingga dapat memperluas ruang lingkup penelitian atau mengambil objek dari berbagai segmen.
2. Banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk. Namun peneliti hanya mengambil faktor *beauty influencer*, gaya hidup (*life style*), dan labelisasi halal. Hal ini dipilih karena terdapat variabel yang belum banyak diteliti khususnya pada produk kosmetik. Sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel diluar variabel yang telah diteliti, misalnya persepsi harga religiustisitas dan *influencer marketing* dan lain-lain agar diperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian khususnya pada produk kosmetik halal.
3. Nilai varian variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini tidak terlalu tinggi, sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat menambah variabel

atau menggunakan variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik halal.

C. Implikasi

Mahasiswi UMY merupakan komunitas Islam kritis yang bila ditinjau dari sisi informasi yang mereka peroleh dan kemampuan mereka untuk mencerna informasi adalah komunitas yang bisa memilih produk yang mereka konsumsi berdasarkan informasi yang mereka peroleh dengan baik. Dengan telah dilakukannya penelitian ini diharapkan Mahasiswi untuk lebih memperhatikan produk yang akan dikonsumsi khususnya produk kosmetik baik dari sisi mutu produk, kebutuhan dan persepsi melalui informasi yang didapat dari berbagai sumber.

Pada penelitian ini dapat memberikan penyajian bukti empiris untuk perusahaan tentang pengaruh perilaku konsumen terkait dengan produk kosmetik halal terhadap keputusan pembelian kosmetik halal. Selain itu sebagai referensi bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan citra produk. Dengan penelitian ini perusahaan diharapkan dapat memenuhi keinginan konsumen. Perusahaan yang dapat membaca kondisi pasar dengan baik dan benar tentu akan menarik simpati seorang investor. Seorang investor memerlukan referensi dalam mempertimbangkan pengambilan keputusan berinvestasi pada sektor industri perdagangan khususnya dalam sektor perdagangan kosmetik. Dengan mengetahui *trend* suatu perusahaan atau produk dari suatu perusahaan melalui fenomena di masyarakat tentu akan membantu seorang investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.