

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Safi, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Label halal produk *skincare* Safi dapat dikategorikan sangat baik, ditunjukkan oleh gambar yang terukur dari bentuk gambar dapat dipahami, tulisan yang terukur dari tulisan pada logo terbaca, kombinasi gambar dan tulisan yang terukur dari gabungan antara gambar dan tulisan dapat dipahami, serta menempel pada kemasan yang terukur dari logo menempel pada kemasan.
2. Keputusan pembelian produk *skincare* Safi dapat dikategorikan sangat tinggi, ditunjukkan oleh pilihan merek yang terukur dari kepercayaan, pilihan penyalur yang terukur dari ketersediaan barang, dan metode pembayaran yang terukur dari keberagaman metode pembayaran.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Label Halal terhadap Keputusan Pembelian sebesar 43,3% berdasarkan nilai Koefisien Determinasi, di mana Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Label Halal, dan sisanya sebesar 56,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa saran yang dapat peneliti berikan diantaranya:

### 1. Untuk Perusahaan *Skincare* Safi

Untuk meningkatkan pembelian produk oleh konsumen, sebaiknya Safi meningkatkan kualitas produknya agar lebih unggul dari *brand* yang mengeluarkan produk sejenis. Hal ini berdasarkan indikator keunggulan produk yang memiliki persentase paling rendah yaitu 68,5%, sehingga aspek inilah yang perlu ditingkatkan oleh perusahaan Safi.

### 2. Untuk Konsumen Safi

Bagi pengguna *skincare* Safi sebaiknya tidak perlu ragu lagi akan kehalalan produk ini karena Safi telah mendapatkan 2 sertifikasi halal resmi dari Malaysia dan Indonesia. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar Safi tetap menjadi pilihan utama untuk membeli produk *skincare*.

### 3. Untuk Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, alangkah baiknya untuk meneliti dengan menggunakan variabel independen yang berbeda jika ingin melakukan penelitian dengan objek yang sama, mengingat sebesar 56,7% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain selain Label Halal agar penelitian ini dapat disempurnakan.