

## **BAB V**

### **SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Simpulan**

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh *Halal Label* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Generasi-Z”. menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. A. Label halal pada kosmetik Wardah oleh Gen Z menunjukkan hasil yang tinggi, hal ini menunjukkan bahwa adanya label halal pada kemasan produk Wardah menurut Gen Z merupakan suatu hal yang penting untuk menunjukkan kehalalan suatu produk.  
B. Citra merek pada kosmetik Wardah oleh Gen Z menunjukkan hasil yang tinggi, hal ini menunjukkan bahwa brand image di mata responden berperan penting dalam melakukan keputusan pembelian produk Wardah oleh Gen Z dengan memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial konsumen, serta kepuasan konsumen terhadap produk.  
C. Keputusan pembelian pada kosmetik Wardah oleh Gen Z menunjukkan hasil yang tinggi, hal ini menunjukkan bahwa Gen Z sebagai konsumen memutuskan untuk membeli dengan pertimbangan sangat baik dalam memahami, memperhatikan, untuk membeli produk kosmetik Wardah.
2. Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut disebabkan adanya label halal pada kemasan produk menjadikan produk tersebut layak untuk dikonsumsi karena telah teruji kehalalannya sehingga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut disebabkan dengan adanya citra merek konsumen dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

## 5.2 Implikasi dan Rekomendasi

Implikasi dari hasil penelitian ini adalah bahwa dengan adanya pencantuman label halal pada suatu produk akan menghasilkan kepercayaan dan keyakinan bagi konsumen yang menggunakannya akan kehalalan suatu produk. Produsen yang memberikan pencantuman label halal dapat menjadi sebuah manfaat dan kepuasan bagi diri sendiri maupun orang lain. Serta *brand image* untuk memberikan kesan yang baik terhadap produk untuk memenuhi kebutuhan produk serta kepuasan. *Halal label* dan *brand image* menjadi dua hal yang memiliki peran penting bagi perusahaan agar konsumen memutuskan membeli produk tersebut.

Serta implikasi lainnya dari hasil penelitian ini secara teori diharapkan dapat memberikan pengembangan ilmu mengenai ilmu pengetahuan ekonomi, terutama dalam bidang bisnis dan pemasaran Islam.

Adapun rekomendasi yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
  - a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan atau referensi mengenai pembahasan yang berkaitan dengan materi di perkuliahan khususnya di bidang bisnis dan pemasaran Islam.
  - b. Hasil penelitian dapat dijadikan tambahan bukti empiris atas teori-teori yang telah ada yang melandasi hubungan yang digambarkan pada penelitian ini.
  - c. Untuk peneliti selanjutnya, dapat memperluas penelitian dengan menambahkan variabel atau lebih mengkhususkannya dari segi wilayah, sampel yang belum tercantum pada penelitian ini. Hal tersebut disebabkan karena masih terdapat banyak faktor yang belum diketahui dan dapat digunakan.
2. Bagi Perusahaan

- a. Dengan hasil penelitian tersebut diharapkan Produsen Wardah dan kosmetik halal sejenis juga agar mempertahankan konsep halal pada produknya dengan selalu mencantumkan label halal pada kemasan produk dan melakukan inovasi terus menerus pada produknya.
- b. Dengan hasil tersebut, diharapkan Wardah dapat lebih menonjolkan pemasarannya, dengan selalu menambahkan informasi-informasi mengenai produk.