

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor yang memengaruhi minat beli diantaranya sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku dengan menambah variabel sertifikat halal, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini membuktikan, secara parsial ada pengaruh sikap terhadap minat beli konsumen terhadap produk kosmetik bersertifikat halal. Dengan nilai *coefficient standardized regression* positif sebesar 0,564 dengan C.R. sebesar 5,764 dan probabilitas sebesar 0,000. Artinya semakin baik sikap, maka akan semakin meningkat minat beli konsumen terhadap produk kosmetik bersertifikasi halal.
2. Hasil penelitian ini membuktikan, secara parsial ada pengaruh kontrol perilaku terhadap minat beli konsumen pada produk kosmetik bersertifikat halal. Dengan nilai *coefficient standardized regression* positif sebesar 0,189 dengan C.R. sebesar 1,983 dan probabilitas sebesar 0,046, Artinya semakin baik kontrol perilaku, maka akan semakin meningkat minat beli konsumen terhadap produk kosmetik bersertifikasi halal.
3. Hasil penelitian ini membuktikan, secara parsial ada pengaruh norma subjektif terhadap minat beli konsumen pada produk kosmetik bersertifikat halal. Dengan nilai *coefficient standardized regression* positif sebesar

0,279 dengan C.R. sebesar 4,706, taraf signifikansi (*p-val*) sebesar 0,000. Artinya yaitu semakin baik norma subyektif, maka akan semakin meningkat minat beli konsumen terhadap produk kosmetik bersertifikasi halal.

4. Hasil penelitian ini membuktikan, secara parsial ada pengaruh sertifikasi halal terhadap sikap konsumen pada produk kosmetik bersertifikat halal.

Dengan nilai *coefficient standardized regression* positif sebesar 0,775 dengan C.R. sebesar 8,031 dengan harga taraf signifikansi (*p-val*) sebesar 0,000. Artinya yaitu semakin baik tingkat pemahaman sertifikasi halal maka akan semakin meningkat sikap beli konsumen terhadap produk kosmetik bersertifikasi halal.

5. Hasil penelitian ini membuktikan, secara parsial ada pengaruh sertifikasi halal terhadap kontrol perilaku konsumen pada produk kosmetik bersertifikat halal. Dengan nilai *coefficient standardized regression* Positif sebesar 0,827 dengan C.R. sebesar 8,045, taraf signifikansi (*p-val*) sebesar 0,000. Artinya semakin baik tingkat pemahaman sertifikasi halal maka akan semakin meningkat kontrol perilaku konsumen terhadap produk kosmetik bersertifikasi halal.

6. Minat beli dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku (Arjen, 1991). Sedangkan untuk konsumen muslim, ketiga variabel yang memengaruhi minat konsumen belum dianggap cukup, untuk mempengaruhi minat konsumen masih perlu ditambah variabel sertifikasi halal. Sertifikasi halal sangat penting karena berpengaruh terhadap sikap

dan kontrol perilaku konsumen sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen. Dimana dengan adanya sertifikasi halal memberikan keyakinan pada konsumen bahwa produk yang digunakan sudah sesuai dengan syariat yang diyakininya.

5.2 Saran

Berdasar hasil analisis dan kesimpulan di atas, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, sertifikasi halal menjadi salah satu bagian penting yang mendorong kemajuan usaha yang menghasilkan produk kosmetik. karena hanya produk yang benar-benar memenuhi standar yang sudah ditentukan yang dapat mendapatkan sertifikasi halal. Maka dari itu, jika pengusaha dapat mensertifikasi halal produknya, maka menjadi jaminan atas kualitas produk pengusaha yang bersangkutan. Sertifikasi halal dapat menjadi jawaban sebagai jaminan penerapan standard yang sesuai dengan norma agama, industri, dan bisnis. Dengan melakukan sertifikasi halal, maka konsumen menjadi lebih percaya terhadap kualitas produk halal tersebut karena penerapan standard yang terjamin.
Jadi bagi perusahaan kosmetik, untuk lebih meningkatkan minat beli konsumen harus memiliki sertifikasi halal yang telah ditetapkan oleh MUI.
2. Bagi peneliti lain yang tertarik pada bidang aspek strategi pemasaran halal industri. Penelitian ini bisa dijadikan salah satu inspirasi dan juga

referensi untuk melakukan penelitian dalam bidang sejenis. Untuk selanjutnya penelitian dapat mempertimbangkan:

- a. Menambah variabel-variabel yang menjadi faktor yang dapat mempengaruhi minat beli.
- b. Membandingkan beberapa objek penelitian seperti produk makanan bersertifikasi halal ataupun halal tourism sehingga diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih baik.