

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dengan analisis SEM PLS terkait pengaruh Label Halal, *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah *Exclusive Matte Lip Cream* di Sidoarjo, didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. **Label Halal terhadap Keputusan Pembelian:** Label Halal memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Exclusive Matte Lip Cream di Sidoarjo*. Pencantuman Label Halal pada produk memberikan kepercayaan kepada konsumen, sehingga semakin tinggi kepercayaan terhadap produk ber Label Halal, semakin tinggi pula keputusan pembelian produk tersebut.
2. **Brand Image terhadap Keputusan Pembelian:** *Brand Image* memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Exclusive Matte Lip Cream di Sidoarjo*. Semakin baik *Brand Image* produk, semakin tinggi juga keputusan pembelian konsumen terhadap produk tersebut.
3. **Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian:** Kualitas Produk memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Exclusive Matte Lip Cream di Sidoarjo*. Semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen, semakin tinggi juga keputusan pembelian terhadap produk tersebut.

5.2.Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, penulis memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau digunakan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, di antaranya sebagai berikut:

1. Label halal pada Wardah Exclusive Matte Lip Cream memberikan kenyamanan dan kepercayaan bagi konsumen yang menjadikan kehalalan sebagai prioritas dalam memilih kosmetik. Ke depan, Wardah diharapkan bisa mempertahankan kualitas ini serta lebih transparan dalam memberikan informasi proses sertifikasi halal, sekaligus mengedukasi konsumen tentang pentingnya produk halal. Langkah ini dapat memperkuat posisi Wardah sebagai merek kosmetik terpercaya bagi konsumen yang peduli pada kehalalan.
2. *Brand Image* Wardah *Exclusive Matte Lip Cream* sudah dikenal dengan baik dan memiliki citra yang baik di mata konsumen. Untuk terus bersaing dengan kompetitor, pihak perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan *Brand Image* ini melalui strategi pemasaran yang kreatif dan inovatif, serta tetap menonjolkan keunggulan yang dimiliki produk dibandingkan dengan pesaing.
3. Kualitas Produk Wardah *Exclusive Matte Lip Cream* sudah cukup baik dan diterima dengan baik oleh sebagian besar konsumen. Oleh karena itu, kualitas produk dari segi bahan, formulasi, dan daya tahan perlu terus dijaga dan ditingkatkan agar sesuai dengan kebutuhan konsumen. Wardah dapat mempertimbangkan survei rutin untuk mengevaluasi aspek produk yang perlu diperbaiki, serta berinovasi dalam varian produk, kemasan, atau performa agar menarik lebih banyak konsumen. Selain itu, inovasi terkait varian produk baru, model kemasan baru atau peningkatan performa produk juga dapat dilakukan untuk menarik lebih banyak konsumen.

4. Bagi peneliti berikutnya, temuan ini bisa dijadikan sebagai referensi tambahan dalam melakukan penelitian berikutnya. Selain itu, diharapkan peneliti tersebut dapat menambahkan variabel lainnya yang belum diikutsertakan dalam penelitian ini, seperti *Virtual Try-On Technology Effect* (Efek Teknologi Coba Virtual), *Real-Time Marketing Impact* (Pengaruh Pemasaran *Real-Time*), *Interactive Content Influence* (Pengaruh Konten Interaktif), *Green Marketing Influence* (Pengaruh Pemasaran Hijau), *Subscription-Based Model Adoption* (Adopsi Model Berlangganan), *Personalization in Marketing* (Personalisasi dalam Pemasaran) dan *Brand Trust in Digital Transactions* (Kepercayaan Merek dalam Transaksi Digital). Penelitian dengan variabel-variabel tersebut diharapkan dapat memberikan wawasan baru dan lebih komprehensif dalam memahami faktor-faktor pemasaran yang memengaruhi keputusan pembelian di masa depan.