

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV mengenai pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Persepsi terhadap Loyalitas konsumen, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Label Halal, Citra Merek, Persepsi dan Loyalitas Konsumen pada pembelian produk Wardah di Salon Wella Sungailiat termasuk kedalam kategori tinggi, hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata yang dihasilkan label halal sebesar 3,99, citra merek sebesar 3,96, persepsi sebesar 3,93, dan loyalitas konsumen sebesar 4,00.
2. Label halal mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dikarenakan variabel label halal secara parsial memiliki t_{hitung} sebesar 3,377 lebih besar dari t_{tabel} 1,9702 dan dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa label halal mempunyai peranan dalam menunjang peningkatan loyalitas konsumen pada pembelian produk Wardah di Salon Wella Sungailiat.
3. Citra Merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dikarenakan variabel citra merek secara parsial memiliki t_{hitung} sebesar 8,684 lebih besar dari t_{tabel} 1,9702 dan dengan

signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel citra merek mempunyai peranan yang penting dalam menunjang peningkatan loyalitas konsumen pada pembelian produk Wardah di Salon Wella Sungaiiat.

4. Persepsi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dikarenakan variabel persepsi secara parsial memiliki t_{hitung} sebesar 11,076 lebih besar dari t_{tabel} 1,9702 dan dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel persepsi mempunyai peranan yang penting dalam menunjang peningkatan loyalitas konsumen pada pembelian produk Wardah di Salon Wella Sungaiiat.
5. Pengujian secara bersama-sama menunjukkan bahwa label halal, citra merek dan persepsi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada pembelian produk Wardah di Salon Wella Sungaiiat. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa variabel label halal, citra merek dan persepsi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan, didapat F_{hitung} sebesar 59,795 dan kemudian dibandingkan dengan F_{tabel} yaitu 2,6438 berarti F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , dan nilai signifikansinya adalah 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang diperoleh dari penelitian ini, penulis perlu menuliskan beberapa saran berkenaan dengan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Kepada produsen atau pemilik toko hendaknya selalu memperhatikan label halal pada setiap jenis kosmetik yang akan dijual kepada konsumen dengan tujuan membantu kedua belah pihak baik produsen maupun konsumen selama proses transaksi jual beli. Adanya label halal yang dicantumkan pada produk Wardah mempermudah konsumen untuk memilih kosmetik dengan aman tanpa ada rasa kekhawatiran dalam penggunaan kosmetik tersebut dan dapat memperkuat dan meningkatkan *image* produk yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi persepsi konsumen. Selain itu juga produsen atau pemilik toko harus menciptakan tata toko yang rapi, bersih, menambahkan bukti fisik lainnya ditempat toko seperti (tempat duduk, kipas angin, pewangi ruangan dan lain-lainnya), menyusun atau mengelompokkan kosmetik sesuai dengan mereknya masing-masing. Pegawai harus lebih baik lagi dalam melayani konsumen serta menjelaskan keunggulan dari produk yang mereka jual sehingga citra merek dan citra toko baik dimata konsumen, konsumen baru akan mendapatkan persepsi yang kuat dibenaknya sehingga akan kembali memakai produk di toko tersebut dilain hari dan pada konsumen yang sudah menjadi pelanggan akan terus loyal terhadap produk dan Salon Wella.

2. Kepada pihak konsumen hendaknya selalu memperhatikan label halal pada saat penggunaan suatu produk kosmetik, kosmetik halal maksudnya disini bahan-bahan yang digunakan menggunakan bahan alami/halal tidak terbuat dari bahan-bahan berbahaya seperti merkuri, zat penstabil vitamin, cairan amnion, zat plasenta dan terbuat dari bahan haram lainnya yang dapat merusak kesehatan kulit, proses pembuatan atau alat pembuatan produk tersebut, tempat mendistribusikan produk kosmetik tersebut, memperhatikan masa ekspayer produk kosmetik tersebut serta harus berhati-hati dalam pemilihan produk kosmetik dalam artian harus mempunyai pengetahuan yang luas tentang manfaat produk kosmetik yang dia pakai melalui media sosial dan mulut kemulut orang lainnya agar tercipta konsumen yang unggul/pintar dalam pemilihan produk kosmetik.
3. Bagi penelitian selanjutnya, hendaknya instrumen penelitian bisa lebih diperdalam atau diperluas lagi sehingga kemampuan mengukurnya semakin baik. Variabel yang digunakan variabel baru/variabel yang belum pernah dipakai oleh penelitian sebelumnya. Menggunakan variabel independen dan dependennya lebih banyak lagi agar mempermudah penelitian selanjutnya mengetahui masalah-masalah penelitian yang baik untuk diteliti, memilih tempat penelitian lebih baik lagi dari penelitian sebelumnya serta referensi yang dipakai dari buku-buku lebih diperbanyak lagi agar penelitian lebih akurat dan baik.