

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh label halal, *religious commitment*, *brand ambassador*, dan desain produk terhadap keputusan pembelian produk merek wardah maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wardah.
2. *Religious commitmen* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wardah.
3. *Brand ambassador* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wardah.
4. Desain produk tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wardah.
5. Label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sedangkan *religious commitment*, *brand ambassador* dan desain produk tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah.

Berdasarkan angka *coefisiensi* dan nilai  $t_{hitung}$  maka dapat diketahui bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah label halal

### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Label halal pada produk wardah perlu diperhatikan dan ditingkatkan. Misalnya dengan melakukan iklan yang lebih menarik melalui media sosial. Agar konsumen tau bahwa kosmetik yang mereka pakai telah teruji dan memiliki izin dari MUI atau BPOM.
2. *Religious commitment* sebaiknya lebih meningkatkan kepercayaan konsumen supaya dapat membantu mengurangi risiko konsumen terhadap pembelian produk kosmetik.

3. *brand ambassador* sebaiknya lebih menampilkan citra yang lebih baik lagi sehingga sedikit mengurangi resiko yang akan dialami dalam melakukan penjualan produk kosmetik.
4. desain produk pada kosmetik wardah sebaiknya lebih meningkatkan kepercayaan pada konsumen supaya dapat membantu mengurangi pengorbanan waktu dan risiko konsumen terhadap pembelian produk.
5. Saran untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada pembelian produk wardah pada kalangan mahasiswa, penulis berharap untuk dapat mengembangkan dan menambah variabel yang akan dilibatkan dalam penelitian guna memberikan dampak yang positif bagi instansi atau konsumen serta bagi dunia pendidikan.