

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand awareness* label halal dan norma subyektif terhadap minat beli ulang produk wardah pada konsumen di Kelet Keling Jepara, Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang konsumen yang pernah melakukan pembelian produk wardah cosmetics. Berdasarkan analisis statistik yang telah dilakukan, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut :

1. *Brand Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk wardah kosmetik pada konsumen di Rama 88 Kelet Keling Jepara. Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel ($4,302 > 1,660$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima (dapat berpengaruh dan signifikan), jadi *Brand Awareness* adalah variabel independen yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk wardah di Rama 88 Keling Jepara
2. *Label Halal* Hasil pengujian statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk wardah di Rama 88 Kelet Keling Jepara t hitung 1999 dengan nilai t tabel 1,660 dan nilai signifikan 0,048 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). yaitu t hitung lebih dari t tabel ($1999 > 1,660$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat hasil yang positif dan signifikan), jadi *label halal* adalah variabel independen yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk wardah di Rama 88 Keling Jepara.
3. *Norma Subyektif* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang produk wardah di Rama 88 Kelet Keling Jepara nilai t hitung 5,373 dengan nilai t tabel 1,660 dan nilai signifikan 0,000 yang ada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). yaitu t hitung $>$ t tabel ($5,373 > 1,660$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat (terdapat hasil positif dan

signifikan), jadi *norma subyektif* adalah variabel independen yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk wardah di rama 88 keling jepara.

4. Kedapatan pengaruh *brand awareness*, label halal dan *norma subyektif* terhadap minat beli ulang produk wardah kosmetik di Rama 88 kelet keling jepara berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang produk wardah kosmetik di Rama 88 Kelet Keling Jepara.
5. Ada berbagai penemuan dalam observasi ini yang meneruskan dukungan secara empiris terhadap konsep yang telah disampaikan antara lain sebagai berikut:
 - a. Hasil observasi ini terbukti bahwa *brand awareness* berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen pengukuran variabel *brand awareness* menggunakan empat, indikator *top of mind*, *brand recognition*, *brand recall*, memiliki ciri khas tersendiri hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Paishal Padilah, dkk dengan judul “Pengaruh E-Service Quality, Bauran Promosi, Dan Brand Awareness terhadap minat beli ulang pada pengguna dana di bandung. Bahwa mengenali merek dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli ulang produk wardah kosmetik terdapat istilah tak kenal maka tak sayang sama dengan produk jika konsumen mengenali dan kualitas baik maka terdapat pengaruh untuk membeli ulang dimasa yang akan datang.
 - b. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *label halal* berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen pengukuran variabel *label halal* menggunakan empat, indikator gambar logo halal, tulisan, kombinasi gambar dan tulisan, bentuk hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu iliahus sholeha, dkk yang berjudul “pengaruh citra merek dan persepsi label halal terhadap minat pembelian ulang produk kosmetik

zoya malang” bahwa label halal dapat mempengaruhi konsumen karena di Indonesia mayoritas orang muslim akan memilih produk aman yang sudah memiliki label halal dari MUI.

- c. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *norma subyektif* berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen pengukuran variabel norma subyektif menggunakan empat indikator, Minat Transaksional, Minat referensi, Minat preferensi, Minat eksploratif penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya Murwanto sigit yang berjudul “pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap niat beli mahasiswa sebagai konsumen potensial produk pasta gigi close up” bahwa pengaruh dari teman atau orang lain disekitar dapat mempengaruhi minat beli ulang produk wardah kosmetik.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan, diantaranya

1. Hasil penelitian ini menggunakan sampel yang relatif kecil yaitu 100 responden.
2. Pemilihan variabel terbatas, jawaban hasil penyelidikan ini hanya terfokus pada variabel-variabel tersebut
3. Keterbatasan waktu, biaya, serta tenaga sehingga menjadikan kurang maksimal

C. Saran

Dengan hasil riset diatas, peneliti menyampaikan beberapa saran yang bisa menjelma sebagai bahan peninjauan. Adapun petuah tersebut antara lain :

1. Bagi pihak industri wardah diharapkan dapat mempertahankan strategi-strategi pemasaran seperti brand awareness, mengenalkan produk wardah dengan pangsa pasar, dan produk wardah yang telah memiliki izin edar dari MUI.
2. Bagi toko yang memasarkan produk wardah diharapkan lebih memperhatikan pelanggan, serta

melakukan strategi pemasaran agar pelanggan maupun calon pembeli dapat melakukan pembelian atau minat beli ulang bahkan dapat merekomendasikan kepada individu lain.

3. Bagi observasi berikutnya diharapkan dapat memperluas variabel lain yang berhubungan dengan minat beli ulang sehingga dapat memberikan gambaran dengan lebih luas atas variabel apa saja yang dapat berpengaruh minat pembelian ulang.

D. Penutup

Alhamdulillah, Puji Syukur tetap tertuju Kepada Allah swt, yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan ridho-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir yaitu skripsi ini tanpa halangan yang berarti. Hal ini tidak mungkin bisa terjadi tanpa adanya ridho dan karunia dari Allah swt. melalui lantaran yang tanpa disangka

Penyusun skripsi ini dilakukan dengan bimbingan dosen yang kredibel dan menggunakan prosedur ilmiah yang menjadi kesepakatan penelitian. Namun kekurangan dalam hal apapun menjadi keniscayaan termasuk dalam skripsi ini, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dengan perbaikan dimasa mendatang

Penelitian berharap semoga skripsi ini diridhioi oleh Allah swt, serta dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi keimuan dalam bidang Manajemen Bisnis Syariah. *Aamiin*.