

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Hasil dari penelien “Pengaruh *Country of Origin*, Labelisasi Halal, dan *Beauty Vlogger* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Tahun 2017 Universitas Muria Kudus)” terdapat simpulan sebagai berikut:

1. *Country of origin* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memerlukan *country of origin* untuk meningkatkan keputusan pembelian. Adanya *country of origin* sangat penting karena dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu merek. Semakin bagus citra suatu negara maka semakin bagus pula persepsi konsumen terhadap suatu merek tersebut. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi *country of origin*, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembeliannya.
2. Labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen membutuhkan labelisasi halal untuk meningkatkan keputusan pembelian. Adanya labelisasi halal pada kemasan produk sangat penting karena dapat dijadikan pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian serta memudahkan konsumen dalam mengidentifikasi produk. Dengan adanya label halal lebih meyakinkan konsumen dalam membeli produk, karena produk tersebut aman dan halal untuk dikonsumsi. Adanya label halal mampu menciptakan persepsi yang baik dalam benak konsumen sehingga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
3. *Beauty vlogger* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memerlukan *beauty vlogger* untuk meningkatkan keputusan pembelian. Adanya *beauty vlogger* sangat penting karena dapat mempersuasi dan mengedukasi konsumen mengenai sebuah produk kosmetik. Kemampuan *beauty vlogger* mampu meningkatkan keyakinan konsumen terhadap suatu produk

yang akan memicu timbulnya keputusan pembelian pada produk kosmetik.

B. Saran-saran

Melalui hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan kosmetik sebaiknya mencantumkan labelisasi halal pada kemasan produk. Karena label halal terbukti berhasil menjadi salah satu pertimbangan konsumen untuk memutuskan pembelian produk kosmetik. Selain itu perusahaan juga disarankan untuk menggunakan *beauty vlogger* sebagai *influencer marketing* produk kosmetik. Karena telah terbukti bahwa adanya *beauty vlogger* mampu mempengaruhi konsumen untuk memutuskan pembelian produk kosmetik.
2. Bagi konsumen disarankan untuk lebih selektif dalam memilih produk kosmetik. Pilihlah produk kosmetik yang aman untuk dikonsumsi. Salah satunya memilih produk kosmetik yang sudah mendapatkan izin dari BPOM dan sudah mendapatkan labelisasi halal dari MUI, karena produk yang sudah mendapatkan izin dari BPOM dan sudah berlabelisasi halal aman untuk dikonsumsi.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menemukan faktor lain yang mampu mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian kosmetik. Karena variabel *country of origin*, labelisasi halal, dan *beauty vlogger* hanya berpengaruh 78,5% saja dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.