

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian dengan judul “Pengaruh Label Halal dan *Brand Image* terhadap Minat Beli *Skincare* MS GLOW di Kabupaten Blora” menggunakan analisis regresi linear berganda maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari uji hipotesis yang pertama dapat disimpulkan bahwa Label Halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat beli *skincare* MS GLOW di Kabupaten Blora. Artinya semakin baik calon konsumen memperhatikan label halal pada produk *skincare* MS GLOW, maka semakin baik perusahaan *skincare* MS Glow mempertahankan kehalalan produk *skincare* MS GLOW. Sehingga dapat meningkatkan minat beli *skincare* MS GLOW di Kabupaten Blora,
2. Dari hasil uji hipotesis (uji-T) yang kedua dapat disimpulkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli *skincare* MS GLOW di Kabupaten Blora. Hal ini berarti bahwa produk *skincare* MS GLOW yang mempunyai *Brand Image* yang bagus maka dapat meningkatkan Minat Beli *skincare* MS GLOW dan sebaliknya jika *Brand Image* dari *skincare* MS GLOW buruk maka minat beli *skincare* MS GLOW juga menurun.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan dan beberapa kesimpulan pada penelitian ini, adapun saran- saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini, antara lain:

1. Bagi calon konsumen *skincare* MS GLOW, Label halal adalah variabel yang mempengaruhi Minat beli *skincare* MS GLOW. Maka dari itu calon konsumen *skincare* MS GLOW harus lebih selektif dan teliti. *Brand Image* juga menjadi salah satu indikator yang berpengaruh terhadap minat beli. Dalam meningkatkan minat beli, peneliti menyarankan agar MS GLOW lebih aktif dalam melakukan publikasi atas prestasi dan pencapaian serta penghargaan yang diperoleh perusahaan di hadapan publik. Selain itu MS GLOW juga dapat melakukan inovasi – inovasi yang berorientasi pada konsumen karena salah satu faktor terbentuknya *brand* yang baik adalah prestasi dan pencapaian serta penghargaan yang pernah diperoleh perusahaan dan diketahui oleh publik.

2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel independen selain label halal dan *brand image* yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu Minat Beli agar lebih melengkapi penelitian ini karena masi ada variabel – variabel independen lainnya seperti *celebrity endorser*, harga, gaya hidup dan lainnya yang mungkin bisa mempengaruhi Minat Beli

