

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh harga, label halal dan *celebrity endorser* terhadap minat beli kutek Red Zahra pada generasi Z di Kudus diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli kutek Red Zahra pada generasi Z di Kudus. Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa hasil uji t pada variabel harga (X1) diperoleh t_{hitung} sebesar 4,530 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,968 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sehingga apabila harga yang ditawarkan oleh produsen suatu produk terjangkau, sesuai kualitas dan manfaatnya maka akan semakin tinggi minat beli yang dilakukan oleh konsumen.
2. Label halal memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli kutek Red Zahra pada generasi Z di Kudus. Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa hasil uji t pada variabel label halal (X2) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,112 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,968 dan nilai signifikansi sebesar 0,036 lebih kecil dari 0,05 ($0,036 < 0,05$). Sehingga semakin ada label halal pada suatu produk maka akan semakin tinggi minat beli yang dilakukan oleh konsumen.
3. *Celebrity endorser* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli kutek Red Zahra pada generasi Z di Kudus. Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa hasil uji t pada variabel *Celebrity endorser* (X3) diperoleh t_{hitung} sebesar 6,262 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,968 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sehingga apabila konsumen memiliki persepsi positif dan ketertarikan suatu produk yang diiklankan oleh *celebrity endorser* maka akan semakin tinggi minat beli yang dilakukan oleh konsumen.
4. Harga, label halal dan *celebrity endorser* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli kutek Red Zahra pada generasi Z di Kudus. Hasil

pengujian statistik menunjukkan bahwa hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 58,212 dengan nilai F_{tabel} sebesar 2,638 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tentunya masih terdapat keterbatasan penelitian meskipun sudah diupayakan semaksimal mungkin, sehingga untuk peneliti selanjutnya dapat memperbaiki. Beberapa keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dalam pengambilan data atau informasi melalui kuesioner yang diberikan responden terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini dikarenakan terdapat perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman.
2. Penelitian ini hanya meneliti mengenai pengaruh harga, label halal dan *celebrity endorser* saja. Sedangkan masih ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh maka peneliti dapat memberikan saran kepada pihak-pihak terkait yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Perusahaan perlu menetapkan harga dengan baik sehingga akan mempengaruhi minat beli masyarakat.
 - b. Perusahaan diharapkan mampu mengedukasi pengguna produk kecantikan seperti kutek Red Zahra dengan memberikan informasi mengenai bahan yang digunakan dalam pembuatannya adalah dari bahan-bahan yang halal dan dengan tambahan vitamin alami.
2. Bagi Konsumen
 - a. Konsumen yang akan membeli produk kecantikan diharapkan melihat terlebih dahulu apakah sudah terdapat label halal, menggunakan bahan-bahan yang halal sehingga akan merasa aman apabila menggunakan produk tersebut.
 - b. Konsumen diharapkan teliti dalam melakukan transaksi pembelian dengan mempertimbangkan harga sesuai dengan kualitas dari suatu produk.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Bagi peneliti yang akan membuat penelitian dengan tema yang sama, sebaiknya dapat memperluas lingkup penelitian dengan menambahkan variabel lain diluar variabel penelitian ini.
 - b. Peneliti perlu menggunakan metode penelitian yang lain agar kajian mengenai topik yang diteliti lebih mendalam.

