

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini, yang berjudul “Pengaruh Logo dan Simbol Halal Pada Kosmetik Terhadap Minat Beli Konsumen: Survei Pada Generasi Z,” bertujuan untuk memahami dan mengukur seberapa besar pengaruh logo dan simbol halal pada kosmetik terhadap minat beli konsumen dari generasi Z. Dari seluruh hasil penelitian ini, menjawab tujuan dari adanya penelitian ini yakni:

1. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel logo pada kosmetik terhadap minat beli konsumen pada generasi Z karena pada uji-T ditemukan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yakni $9.593 > 1.960$ sehingga dapat dikatakan variabel logo (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat beli (Y) dan nilai Sig. $0,001 < 0,05$.
2. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel simbol pada kosmetik terhadap minat beli konsumen pada generasi Z karena pada uji-T ditemukan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yakni $6.155 > 1.960$ sehingga dapat dikatakan variabel simbol (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat beli (Y) dan nilai Sig. $0,001 < 0,05$.
3. Hasil penelitian menunjukkan nilai RSquare sebesar 0,588 sehingga besaran pengaruh logo terhadap minat beli konsumen pada generasi Z adalah sebesar 58,8%. Sedangkan sisanya sebesar 41,2% dipengaruhi dari variabel di luar penelitian ini.
4. Hasil penelitian menunjukkan nilai RSquare sebesar 0,523 sehingga besaran pengaruh simbol terhadap minat beli konsumen pada generasi Z adalah sebesar 52,3%. Sedangkan sisanya sebesar 47,7% dipengaruhi dari variabel di luar penelitian ini.

5.2 Saran

Dari kesimpulan dalam penelitian ini yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka terdapat saran akademis dan saran praktis yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya.

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini mengulas dampak logo dan simbol pada kosmetik terhadap minat beli generasi Z. Tentu, penelitian ini memiliki kekurangan dari berbagai sumber. Di masa depan, peneliti diharapkan untuk menyelidiki lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen secara lebih mendalam.

5.2.2 Saran Praktis

Saran praktisi yang dapat diberikan adalah memastikan logo dan simbol halal ditempatkan pada bagian produk yang mudah terlihat oleh konsumen dengan menempatkan pada posisi yang strategis agar dapat meningkatkan kesadaran dan kepercayaan konsumen terhadap produk halal yang akan dibeli. Kemudian, memastikan agar konsumen semakin teredukasi mengenai keuntungan dan pentingnya menggunakan kosmetik halal.

