

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Dari hasil analisis data diatas, peneliti mendapatkan hasil penentuan secara parsial bahwa citra konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli mahasiswa wifakultassyah dan hukum, sedangkan citra produk berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa wifakultassyah dan hukum. Tetapi secara simultan, kedua variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Rizki Fachira pada tahun 2014 yang menunjukkan citra produk memiliki pengaruh yang signifikan, dan citra konsumen tidak memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan uji secara simultan semua variabel independent memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Pajero Sport.
2. Persepsi yang konsumen lain timbulkan mengenai wardah kosmetik tersebut tidak akan mempengaruhi konsumen lain untuk membeli wardah kosmetik, sesuai dengan perintah Allah di dalam surat Abasa ayat 24 yang memerintahkan manusia untuk memperhatikan makanannya. Dan konsumen juga telah yakin bahwa wardah kosmetik adalah kosmetik yang aman serta terjamin kehalalannya terbukti dari citra produk yang berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

B. Saran

Dari hasil pembahasandanjugakesimpulandiatas, makapenulismemberikanbeberapa saran:

1. Gunameningkatkanminatbelikonsumendalamdimensicitrakonsumen, hendaknyaperusahaandapatlebihmengembangkanproduknyadenganterusmengedepankanprinsiphalalnya, sertadapatmengembangkanproduk-produk yang lainnya, sertalebihmemperhatikandalampemasaranproduk-produknya agar parakonsumenlebihmengetahuidanmempunyaipersepsi yang samatentangprodukwardahtersebut.
2. Perusahaan hendaknyamempertahankankehalalanproduk yang merekaproduksi, sertaselalumenjagakebersihandankeamanandarisetiap proses produksinya.
3. Bagipenelitiselanjutnya agar menggunakanvariabel-variebel lain yang mempengaruhiminatbelikonsumenuntuklebihmengembangkanwawasanbagipenelitimaupunpembaca.