

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Beauty influencer tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik mahasiswa program studi Ekonomi Islam FEBI UINSU.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik mahasiswa program studi Ekonomi Islam FEBI UINSU.
3. Labelisasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik mahasiswa program studi Ekonomi Islam FEBI UINSU.
4. Brand image berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik mahasiswa program studi Ekonomi Islam FEBI UINSU.
5. Beauty influencer berpengaruh signifikan terhadap brand image kosmetik mahasiswa program studi Ekonomi Islam FEBI UINSU.
6. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap brand image kosmetik mahasiswa program studi Ekonomi Islam FEBI UINSU.
7. Labelisasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap brand image kosmetik mahasiswa program studi Ekonomi Islam FEBI UINSU.
8. Beauty influencer berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik melalui brand image.
9. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik melalui brand image.
10. Labelisasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik melalui brand image.

## B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis kemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kepada mahasiswa jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU diharapkan dapat lebih selektif lagi dalam pemilihan produk kosmetik yang akan digunakan. Hal ini bertujuan agar mahasiswa mendapatkan manfaat yang baik ketika menggunakan kosmetik dan selalu menggunakan produk kosmetik halal sebagaimana diperintahkan bagi seluruh umat muslim untuk mengkonsumsi apa-apa yang halal.
2. Berdasarkan hasil penelitian, labelisasi halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik pada mahasiswa, begitu juga setelah diintervening oleh variabel *brand image*. Hal ini membuat mahasiswa perlu meningkatkan kepercayaan dan pemahaman terhadap literasi halal dan pentingnya mengkonsumsi suatu produk yang telah terjamin kehalalannya.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lain dalam mengukur keputusan pembelian dan *brand image* untuk memperkuat dan memperluas hasil penelitian ini.