

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai Pengaruh Citra Produk, *Celebrity Endorsement*, dan Halal *Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah adalah sebagai berikut :

1. Citra produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.
2. *Celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.
3. Halal *awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.

5.2 Saran

Berikut adalah saran tentang temuan Pengaruh Citra Produk, *Celebrity Endorsement*, dan Halal *Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah:

1. Mengingat citra produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah, merek harus terus memperkuat citra produk mereka. Ini dapat dicapai melalui strategi pemasaran yang menekankan kualitas, inovasi, dan keunggulan produk Wardah, serta melalui pengelolaan merek yang efektif.
2. Selebriti endorser yang dipilih harus relevan dengan target pasar dan sesuai dengan citra merek Wardah. Mereka harus memiliki pengaruh yang kuat dan reputasi yang baik agar *endorsement* mereka dapat memiliki dampak positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Mengingat pentingnya kesadaran halal dalam pengambilan keputusan pembelian produk kosmetik, merek harus terus meningkatkan kesadaran konsumen tentang status halal produk mereka. Ini dapat dilakukan melalui kampanye pemasaran

yang berfokus pada sertifikasi halal produk Wardah, penggunaan label halal yang jelas, serta menyediakan informasi yang transparan tentang proses produksi halal.

4. Wardah dapat mengintegrasikan temuan tentang pengaruh citra produk, *celebrity endorsement*, dan halal *awareness* dalam strategi pemasaran mereka. Misalnya, mereka dapat memperkuat citra produk mereka dengan memilih selebriti *endorser* yang memiliki kesadaran halal yang tinggi atau dengan menonjolkan sertifikasi halal dalam promosi produk.
5. Temuan ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan produk-produk baru yang lebih sesuai dengan preferensi dan nilai-nilai konsumen. Misalnya, Wardah dapat mengembangkan produk-produk kosmetik yang lebih inovatif dan berkualitas tinggi, serta secara aktif mempromosikan kehalalan mereka.