

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian serta pembahasan yang sudah diuraikan sebelumnya, maka berikut ini akan disimpulkan:

1. Iklan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk kecantikan Wardah di Kota Batam.
2. *Beauty vlogger* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk kecantikan Wardah di Kota Batam.
3. Labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk kecantikan Wardah di Kota Batam.
4. Iklan, *beauty vlogger*, dan labelisasi halal berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk kecantikan Wardah di Kota Batam.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah diuraikan, maka dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Wardah dapat terus mengembangkan inovasi melalui produk-produknya, dan meningkatkan aktifitas pemasarannya melalui media massa maupun media sosial untuk terus meningkatkan minat beli masyarakat terhadap produk Wardah.

2. Wardah sebaiknya lebih sering mengadakan *event* menarik bagi kalangan masyarakat seperti *gathering* dengan mengundang salah satu *beauty vlogger* atau publik figur terkenal yang dapat menarik minat dan menjadi wadah untuk mengembangkan ketertarikan masyarakat pada dunia kecantikan lewat pelatihan kilat di *gathering* yang diadakan oleh Wardah.
3. Wardah harus lebih meningkatkan citranya yang sudah terbentuk di masyarakat sebagai produk kosmetik halal agar masyarakat teredukasi bahwa banyak manfaat yang diperoleh dengan menggunakan produk kosmetik yang telah bersertifikasi halal.