

BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan dari uraian pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Label Halal pada Produk *Skincare* Jepang Terhadap Minat Konsumen Muslimah (Studi pada Mahasiswi Beragama Islam Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Angkatan 2017-2019 Universitas Darma Persada)” adalah sebagai berikut:

Hal yang mendasari produk Momohime berlabel halal adalah dikarenakan produk dengan label halal mewakili segala hal yang bersih, aman, dan elit yang bermanfaat bagi kulit dalam waktu jangka panjang. Dalam hal ini produk berlabel halal dapat dikonsumsi bukan hanya untuk wanita beragama Islam saja. Namun, untuk semua wanita di luar daripada agama mereka dan perbatasan negara.

Mayoritas responden memberikan pernyataan sangat setuju dan setuju terhadap minat konsumen muslimah. Pengaruh label halal terhadap minat konsumen adalah sebesar 52% dimana responden berminat untuk mengonsumsi produk *skincare* Jepang berlabel halal. Label halal telah menjadi daya tarik sebesar 55% dalam memilih dan mengonsumsi produk *skincare*. Mayoritas responden juga memberikan pernyataan sangat setuju dan setuju dengan jumlah sebesar 41% terhadap minat untuk mengonsumsi produk Momohime. Namun, sebesar 85% responden memberikan pernyataan bahwa mereka tidak mengetahui dan/atau mengonsumsi produk momohime, dalam hal ini produk Momohime belum dikenal luas khususnya di kalangan responden itu sendiri.

Hal ini juga dapat membuktikan bahwa responden mengalami asimilasi budaya dikarenakan adanya perkembangan serta hubungan interaksi sosial. Kondisi

seperti ini juga dapat menjadikan label halal sebagai penyatu asimilasi budaya dengan mencantumkan label halal pada produk Jepang.

B. SARAN

Saran penulis kepada perusahaan kosmetik Jepang baik dalam memproduksi *make up* maupun *skincare*, selain memperhatikan kualitas barang yang di produksi sebaiknya perusahaan juga mengikuti tren global salah satunya dengan mencantumkan label halal pada kemasan produk. Dengan demikian perusahaan kemungkinan memiliki peluang lebih terhadap akses pasar global dimana hal ini menjadi potensi tersendiri dalam target pemasaran. Terlebih karena masyarakat di Indonesia mayoritas adalah muslim, maka label halal dapat berpengaruh juga bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk di Indonesia.

Saran penulis kepada konsumen khususnya konsumen muslim agar lebih selektif lagi dalam memilih suatu produk *skincare* dan lebih dapat memahami mengenai pencantuman label halal pada suatu produk *skincare* sehingga memudahkan konsumen dalam memilih dan mengonsumsi produk yang bersih, aman, bermanfaat dan terpercaya.

Saran penulis kepada peneliti selanjutnya agar dapat meneliti dengan menambah informasi lainnya yang dapat mempengaruhi minat konsumen, sehingga dapat lebih mengetahui mengenai faktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat konsumen. Selain itu, agar dapat meneliti tidak hanya wilayah Universitas Darma Persada saja tetapi juga digeneralisasikan ke seluruh wilayah lainnya.