

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Label Tasya Farasya "*Approved*" pada produk skincare Somethinc terhadap minat beli konsumen, ditemukan bahwa label memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa hipotesis nol ditolak, yang berarti hipotesis alternatif diterima. Ini menunjukkan bahwa Label memberikan pengaruh yang positif terhadap minat beli. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa lebih dari tujuh puluh persen variasi dalam minat beli dapat dijelaskan oleh pengaruh label tersebut. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Label Tasya Farasya "*Approved*" memiliki dampak yang signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap produk skincare Somethinc.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah di samoaikan diatas, beberapa saran yang diharapkan akan lebih baik memberikan manfaat, diantaranya:

1. Pada Label Tasya Farasya *Approved* bisa lebih memperluas lagi beberpaa produk yang bisa bahkan layak untuk mendapatkan *Approved* sesuai dengan kriteria yang di butuhkan kecantikan Konsumen yang Dimana bisa memeberikan nilai kepercayaan yang akurat terlebih kepada konsumen yang masih baru dalam mengenal produk produk Skincare.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan dan juga diharapkan mampu mengembangkan penelitian ini agar lebih luas dan mendalam, dengan menggunakan populasi yang lebih luas agar tercipta tolok ukur yang mendalam.

Dengan berakhirnya skripsi ini, penulis amat sangat menyadari masih banyak sekali kekurangan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan oleh penulis. Penulis mempunyai keinginan yang besar semoga skripsi ini akan menjadi sesuatu yang bermanfaat dan juga acuan bagi penulis selanjutnya hingga pembaca pada umumnya.