

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan mengacu pada rumusan masalah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 26 menunjukkan bahwa variabel X1 (Produk Berlabel Halal) berada dalam kategori cukup. Hal ini diketahui dari pengklasifikasian kategori produk berlabel halal yang terdapat dalam tabel 4.14 bahwa nilai mean dari produk berlabel halal adalah sebesar 44,71 yang berada pada $M - (0,5.SD) \leq X < M + (0,5.SD)$ dengan perhitungan $44,71 - (0,5.2,78) \leq X < 44,71 + (0,5.2,78)$ dan memperoleh hasil $43,32 \leq X < 46,1$.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 26 menunjukkan bahwa variabel X2 (Harga) berada dalam kategori cukup. Hal ini diketahui dari pengklasifikasian kategori harga yang terdapat dalam tabel 4.15 bahwa nilai mean dari harga adalah sebesar 35,69 yang berada pada $M - (0,5.SD) \leq X < M + (0,5.SD)$ dengan perhitungan $35,69 - (0,5.2,36) \leq X < 35,69 + (0,5.2,36)$ dan memperoleh hasil $34,51 \leq X < 36,87$.
3. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 26 menunjukkan bahwa variabel Y (Keputusan Pembelian) berada dalam kategori cukup. Hal ini diketahui dari pengklasifikasian kategori keputusan pembelian yang terdapat dalam tabel 4.16 bahwa nilai mean dari keputusan

pembelian adalah sebesar 44,74 yang berada pada $M - (0,5.SD) \leq X < M + (0,5.SD)$ dengan perhitungan $44,74 - (0,5. 3,07) \leq X < 44,74 + (0,5. 3,07)$ dan memperoleh hasil $43,20 \leq X < 46,27$.

4. Berdasarkan hasil uji korelasi *pearson product moment* variabel produk berlabel halal terhadap keputusan pembelian menghasilkan nilai *pearson correlation* sebesar 0,831 artinya korelasi hubungan antara variabel produk berlabel halal dengan keputusan pembelian sangat kuat. Sedangkan melalui uji signifikasi (uji t) menghasilkan t hitung sebesar 11,519 dan t tabel sebesar 1,64924 sehingga t hitung lebih besar daripada t tabel dan diperoleh nilai signifikasi sebesar 0,000 sehingga nilai signifikasi kurang dari 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh antara variabel label halal terhadap keputusan pembelian pembelian kosmetik Wardah pada konsumen Sudut Cantik Kediri.
5. Berdasarkan hasil uji korelasi *pearson product moment* variabel harga terhadap keputusan pembelian menghasilkan nilai *pearson correlation* sebesar 0,792 artinya korelasi hubungan antara variabel harga dengan keputusan pembelian kuat. Sedangkan melalui uji signifikasi (uji t) menghasilkan t hitung sebesar 7,125 dan t tabel sebesar 1,64924 sehingga t hitung lebih besar daripada t tabel dan diperoleh nilai signifikasi sebesar 0,000 sehingga nilai signifikasi kurang dari 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh antara variabel harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen Sudut Cantik Kediri.

6. Berdasarkan hasil uji simultan (uji f) antara variabel produk berlabel halal dan harga terhadap keputusan pembelian menghasilkan f hitung sebesar 469,512 dan f tabel sebesar 2,630641 sehingga f hitung lebih besar daripada f tabel dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga nilai signifikansi kurang dari 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh antara variabel produk berlabel halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen Sudut Cantik Kediri. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi (r^2) diperoleh hasil adjusted R square sebesar 0,729 artinya produk berlabel halal dan harga memberikan pengaruh sebesar 72,9% terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen sudut Cantik Kediri.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, peneliti ingin memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan baik untuk perusahaan maupun peneliti selanjutnya, di antaranya:

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk berlabel halal dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 72,9% sehingga diharapkan toko sudut cantik dapat memperbanyak lagi penjualan kosmetik yang berlabel halal serta mempertahankan harga yang dapat dijangkau dan sesuai dengan kualitas serta manfaatnya agar penjualan dapat terus meningkat.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan memasukkan faktor-faktor lain yang juga berpotensi memengaruhi keputusan pembelian. sehingga penelitian ini menjadi lebih sempurna lagi.