

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dalam penelitian ini yang berjudul "Pengaruh Kesadaran Hidup Sehat Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Dan Dukungan Teman Sebaya Sebagai Mediasi Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah IAIN Kediri", dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kesadaran Hidup Sehat terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal

Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa kesadaran hidup sehat dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk halal pada mahasiswa IAIN Kediri dengan signifikan *Standarized Coefficients Beta* sebesar $c = 0,571$ dengan standar eror sebesar 0,288. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang mana nilai tersebut kurang dari nilai ketentuan, yakni 0,05. Oleh karena itu H_0 diterima, dan H_1 ditolak Artinya Semakin tinggi kesadaran individu terhadap pentingnya hidup sehat, semakin tinggi pula keputusan pembelian produk halal yang mereka konsumsi dan gunakan.

2. Peran Dukungan Teman Sebaya Sebagai Mediasi

Dukungan teman sebaya berhasil memediasi antara kesadaran hidup sehat dengan keputusan pembelian produk halal. Terjadi penurunan dengan nilai *Standarized Coefficients Beta*

sebesar 0,571 dengan signifikansi $0,001 < 0.05$ menjadi *Standardized Coefficients Beta* 0.219 dengan signifikansi $0.093 > 0.05$ Sehingga dapat ditegakkan hipotesis dukungan teman sebaya dapat memediasi pengaruh antara kesadaran hidup sehat keputusan pembelian produk halal. Hal tersebut menunjukkan mediasi penuh karena setelah dukungan teman sebaya dimasukkan ke dalam model analisis, terjadi penurunan pada pengaruh langsung antara kesadaran hidup sehat dan kesadaran produk halal. Artinya, pengaruh langsung antara kesadaran hidup sehat terhadap Keputusan pembelian produk halal menjadi tidak signifikan setelah mempertimbangkan peran dukungan teman sebaya. Dengan kata lain, teman sebaya berfungsi sebagai perantara yang menjembatani pengaruh kesadaran hidup sehat terhadap keputusan pembelian produk halal.

B. Saran

Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan pengembangan dengan memperluas wilayah dan populasi responden agar hasil yang diperoleh lebih representatif dan dapat digeneralisasi. Selain itu, penelitian lanjutan juga diharapkan dapat memasukkan variabel-variabel baru seperti pengaruh media digital, tingkat religiusitas, atau pemahaman konsumen terhadap label halal untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam.