

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya tentang pengaruh label halal, harga, citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, maka peneliti mengambil kesimpulan dari penelitian ini, yaitu:

1. Berdasarkan hasil pengujian, ada pengaruh positif dan signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Karena semakin banyak kosmetik Wardah yang berlabel halal, semakin banyak pula pilihan konsumen untuk memutuskan pembelian pada kosmetik Wardah.
2. Berdasarkan hasil pengujian, ada pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Harga merupakan faktor yang paling penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian
3. Berdasarkan hasil pengujian, ada pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Kebanyakan konsumen akan menentukan keputusan pembelian pada produk yang mempunyai citra merek baik .

4. Berdasarkan hasil pengujian, secara bersama-sama (simultan) ada pengaruh positif dan signifikan antara label halal, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memberikan saran-saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini.

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan label halal, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Namun, peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam hal kajian maupun teori yang mendukung penelitian. Perlu adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam agar hasil penelitian yang diberikan sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada perusahaan untuk menentukan kebijakan dalam hal pemasaran. Pada penelitian ini diketahui bahwa label halal, harga, dan citra merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka bagi perusahaan maupun pemasar untuk memperhatikan ketiga hal tersebut, karena bisa digunakan

sebagai informasi kepada konsumen tentang keunggulan kosmetik Wardah.

Diharapkan perusahaan mampu menjaga dan meningkatkan pemasaran.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan peneliti selanjutnya khususnya dalam hal pemasaran produk. Penelitian ini masih banyak keterbatasan dan kekurangan, sehingga untuk penelitian selanjutnya diharap lebih mendalam, dengan menambahkan teknik pengumpulan data serta menggunakan variabel yang lebih banyak dan variatif, untuk lebih mengetahui faktor-faktor yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.