

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Variabel labelisasi halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek Aqua di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung dimana secara statistik didapatkan nilai signifikansi $0,016 < 0,05$.
2. Variabel pengetahuan konsumen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek Aqua di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung dimana secara statistik didapatkan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$.
3. Variabel gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek Aqua di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung dimana secara statistik didapatkan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$.
4. Variabel citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek Aqua di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung dimana secara statistik didapatkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
5. Variabel labelisasi halal, pengetahuan konsumen, gaya hidup dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian air minum dalam

kemasan merek Aqua di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung dimana secara statistik didapatkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$

B. Saran

Berdasarkan simpulan dari penelitian tersebut di atas, maka diajukan saran sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya dianjurkan untuk dapat meneliti variabel-variabel lain diluar variabel yang telah diteliti agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi sehingga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan untuk melakukan penelitian selanjutnya
2. Bagi Aqua agar lebih ditingkatkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terutama Labelisasi Halal, Pengetahuan Konsumen, Gaya Hidup dan Citra Merek. Karena Labelisasi Halal terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu pihak perusahaan harus lebih gencar lagi dan harus selalu melakukan Labelisasi Halal, karena Labelisasi Halal akan menentukan konsumen dalam memilih suatu produk. Pengetahuan Konsumen terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu pihak perusahaan harus benar-benar bisa menyesuaikan Pengetahuan Konsumen dengan variabel-variabel yang mempengaruhinya, karena Pengetahuan Konsumen akan menentukan konsumen dalam memilih suatu produk. Gaya Hidup terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu pilihan perusahaan harus bisa lebih berinovasi lagi serta meningkatkan kualitas dalam segi desain

produk, karena desain produk menentukan konsumen dalam memilih suatu produk.

3. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan melakukan penelitian tentang keputusan pembelian dengan variabel bebas yang berbeda dari penelitian ini dan memperluas ruang lingkup penelitian dan memperbanyak responden dari berbagai kalangan sehingga dapat terlihat perbandingannya.