

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Pengetahuan Produk, Promosi, dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Berlabel Halal Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel pengetahuan produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan berlabel halal pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.
2. Variabel promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan berlabel halal pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.
3. Variabel kemasan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan berlabel halal pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.
4. Variabel pengetahuan produk, promosi, dan kemasan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk mie instan berlabel halal pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung dengan total 51.1%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan ini, maka penulis menyampaikan saran-saran yang nantinya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait sebagai berikut:

1. Bagi produsen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk menambah informasi mengenai perilaku konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk serta meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produknya.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan bahan tambahan referensi di perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dalam pemasaran produk. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar melakukan pengembangan atau menambah variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.