

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian regresi linier berganda yang diolah dengan SPSS 26.0 mengenai analisis pengaruh *packaging* dan label halal terhadap keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2017-2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil kesimpulan dari penelitian yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *packaging* terhadap keputusan pembelian produk dalam kemasan mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung. Hal ini dikarenakan unsur visual dalam suatu produk sangat penting untuk mempengaruhi konsumen dalam membeli. Konsumen melihat desain serta perpaduan warna dalam kemasan untuk mengenali produk yang akan dibeli, selain itu bentuk serta ukuran kemasan ikut serta dalam mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel label halal terhadap keputusan pembelian produk dalam kemasan mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung. Hal ini dikarenakan mahasiswa IAIN Tulungagung beragama islam dan dinilai cukup konsumtif. Selain itu mengkonsumsi produk halal

3. merupakan anjuran dari Allah SWT. Dengan adanya label halal memberikan kepercayaan bagi konsumen untuk merasa lebih aman dalam membeli suatu produk.
4. Berdasarkan uji secara simultan (uji F) atau uji bersama-sama menunjukkan bahwa ke-dua variabel bebas yaitu *packaging* dan label halal mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan ke-dua variabel tersebut memiliki peran dalam keputusan pembelian konsumen dengan tahapan yang dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti memberikan saran-saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang akan disampaikan yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan dapat diketahui bahwa *packaging* dan label halal memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, maka bagi perusahaan atau penjual produk dalam kemasan untuk memperhatikan ke-dua unsur tersebut. Sehingga dapat dijadikan pengetahuan untuk memberikan informasi yang ada dalam produk kemasan tersebut. Dengan adanya unsur label halal

menjadikan konsumen lebih merasa aman dan yakin untuk membeli produk kemasan tersebut.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan *packaging* dan label halal terhadap keputusan pembelian produk dalam kemasan mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini tentunya masih jauh dari penelitian yang sempurna karena masih adanya keterbatasan dari penelitis. Sehingga diharapkan untuk penelitian selanjutnya agar dapat menjelaskan secara lengkap dengan menambah teori yang mendukung. Diharapkan juga pada penelitian selanjutnya dapat memperluas lagi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sesuai dengan objek penelitian yang bersangkutan.