

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data dari lapangan yang diolah dengan SPSS 16.0 peneliti menemukan hasil yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Kosmetik Ms Glow pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Hal ini dikarenakan mereka beranggapan produk tersebut sudah halal karena berasal dari dalam negeri yang mayoritas penduduknya muslim oleh karena itu mereka tidak memperhatikan adanya label halal pada kemasan sehingga naik turunnya label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Kosmetik Ms Glow pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Hal ini dikarenakan mereka beranggapan produk tersebut sudah banyak dikenal masyarakat. Mereka beranggapan produk tersebut sudah memiliki citra merek yang baik sehingga naik turunnya citra merek pada produk tersebut tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Kosmetik Ms Glow pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat maka terdapat pengaruh secara simultan antara label halal, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Ms Glow pada mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti memberikan saran yang dapat memberikan manfaat kepada pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi pendukung penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan label halal, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Namun, peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam hal kajian maupun teori yang mendukung penelitian. Diharapkan adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam agar hasilnya sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan terhadap perusahaan yang menentukan kebijakan pemasaran. Penelitian ini diketahui

bahwa label halal, itra merek, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan ketiga variabel tersebut karena bisa digunakan sebagai informasi kepada konsumen tentang keunggulan produk Ms Glow.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan penelitian selanjutnya khususnya dalam hal keputusan pembelian. Penelitian ini masih banyak keterbatasan dan kekurangannya sehingga peneliti selanjutnya diharapkan lebih mendalam serta menggunkan variabel yang lebih banyak untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.