

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa pengetahuan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung dan memiliki pengaruh positif atau memiliki pengaruh yang searah artinya semakin banyak pengetahuan konsumen maka semakin tinggi keputusan pembelian pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.
2. Hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung dan memiliki pengaruh positif atau memiliki pengaruh yang searah artinya semakin tinggi nilai labelisasi halal maka semakin tinggi nilai keputusan pembelian pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.
3. Hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung dan memiliki pengaruh positif atau memiliki pengaruh yang searah artinya semakin tinggi nilai harga maka semakin tinggi nilai keputusan pembelian pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

4. Hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

B. Saran

Dari kesimpulan dalam penelitian ini maka penulis memberikan saran yang mungkin bermanfaat yaitu:

1. Bagi akademik

Semoga penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan sumber informasi tentang pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga serta sebagai bahan acuan pengembangan ilmu selain jurnal dan buku yang sudah ada.

2. Bagi lembaga

Untuk meningkatkan keputusan pembelian dan mengoptimalkan volume penjualan, PT Mie Sedaap harus terus melakukan perbaikan kualitas untuk setiap produk yang akan dikeluarkan. Memberikan informasi dengan detail dan menarik melalui iklan atau dengan mengadakan event ataupun membuat sesuatu yang berbeda sehingga dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi para konsumennya hingga memunculkan atau memupuk rasa loyalitas sehingga menjadi konsumen yang setia pada produk Mie Sedaap tersebut.

3. Bagi peneliti yang akan datang

Dalam penelitian ini tentu masih banyak mengalami kekurangan, karena adanya keterbatasan dari peneliti, penelitian ini dapat diperluas lagi baik pada mahasiswa selain FEBI dengan variabel tetap maupun pada mahasiswa FEBI dengan variabel yang berbeda, karena masih banyak variabel lain yang bisa berpengaruh terhadap keputusan pembelian.