BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh Labelisasi Halal, Harga Produk, Tempat Pemasaran Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Minyak Angin Aroma *Teherapy* Freshcare, maka dari dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Label halal mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen minyak angin aroma *therapy* Freshcare.
2. Harga produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen minyak angin aroma *therapy* Freshcare.
3. Tempat pemasaran produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen minyak angin aroma *therapy* Freshcare.
4. Label halal, harga produk dan tempat pemasaran produk secara stimulus mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen minyak angin aroma *therapy* Freshcare.

B. Saran

Pada akhir penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mengajukan saran yang yang berkaitan dengan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya. Saran yang diajukan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

   Telah diketahui bahwa labelisasi halal, harga produk dan tempat penjualan produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, maka untuk sales minyak angin aroma *therapy* Freshcare, distributor, swalayan, apotek, toko obat dan bagian dari perusahaan lainnya untuk memperhatikan ketiga atribut tersebut sehingga dapat dijadikan informasi dan pengetahuan kepada konsumen mengenai keunggulan produk minyak angin aroma *therapy* Freshcare.

2. Bagi Golden Swalayan Tulungagung dan Pusat Belanja Keluarga Belga Tulungagung Selaku Distributor Produk

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan sehingga dapat mengembangkan sarana dan prasarana yang sudah ada sehingga menjadi lebih baik lagi.

3. Bagi Akademik

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu pengetahuan, bahan informasi, referensi, dan wawasan terkait variabel-variabel penelitian seperti labelisasi halal, harga produk, tempat penjualan produk, dan keputusan pembelian konsumen.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya dan diharapkan agar menambah jumlah variabel independen agar hasil yang didapatkan lebih valid dan lebih akurat. Periode pengamatan hendaknya diperpanjang sehingga bisa menunjuukan kondisi atau kecenderungan jangka panjang.