

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data dan analisis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan dari hasil penelitian antara variabel independent label halal, harga dan *celebrity endorser* terhadap variabel dependen keputusan pembelian sebagai berikut:

1. Label Halal (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian MS Glow di Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat $T_{hitung} 3,907 > T_{tabel} 1,983$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. dengan demikian H_a dalam penelitian ini diterima. Pada label halal nilai T nya paling besar, sehingga keadaan ini menunjukkan bahwa masyarakat Banjarmasin sangat peduli dengan unsur kehalalan dari sebuah produk.
2. Harga (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian MS Glow di Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat $T_{hitung} 1,364 < T_{tabel} 1,983$ dan nilai signifikansi sebesar $0,176 > 0,05$. Dengan demikian H_a dalam penelitian ini ditolak
3. *Celebrity Endorser* (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian MS Glow di Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat $3,436 > T_{tabel} 1,983$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, dengan demikian H_a dalam penelitian ini diterima

4. Label Halal (X1), Harga (X2) dan *Celebrity Endorser* (X3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan Pembelian MS Glow di Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat $F_{hitung} 13,653 > F_{tabel} 2,70$ dan signifikan $0,000 < 0,05$, dengan demikian H_a dalam penelitian ini diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat pada pihak terkait atas penelitian ini, Adapun beberapa saran yang dapat diharapkan peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, agar tetap mencantumkan label halal pada setiap produknya yang resmi dari LPPOM-MUI agar masyarakat menjadi lebih merasa aman dan terlindungi karena produk tersebut terjamin halal, sehat, dan suci berdasarkan syariat Islam. Selain itu diharapkan kepada perusahaan agar selalu memberikan tarif harga yang sesuai dengan produk-produk yang dijual sehingga dapat meningkatkan proses keputusan pembelian konsumen. Dan yang terakhir diharapkan kepada perusahaan agar memilih *celebrity endorser* yang tepat, dengan pemilihan selebriti yang tepat sesuai dengan karakteristik produk dan karakteristik yang sesuai dengan syariat Islam agar sesuai dengan minat konsumen khususnya di Kota Banjarmasin yang mayoritas beragama Islam.
2. Bagi konsumen khususnya yang muslim, agar tetap memilih produk yang resmi berlabel halal dari LPPOM-MUI agar mendapatkan produk yang

terjamin kehalalannya. Selain itu diharapkan kepada konsumen agar tidak terkecoh dengan *celebrity endorser* pada produk tersebut namun juga harus mempertimbangkan kelayakan dari bahan-bahan produk.

3. Bagi peneliti selanjutnya dapat menjadikan ini sebagai bahan referensi penelitian dan bisa melakukan penelitian yang sama dengan menambahkan variable lain yang diteliti dalam penelitian ini.