

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian beserta hasil analisis dijelaskan yaitu:

1. Hasil pengujian menyatakan variabel harga secara parsial tidak memengaruhi keputusan pembelian produk makanan instan di kalangan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin dengan nilai t hitung sebesar $-0,298 <$ daripada nilai t tabel yakni $1,664$ dan nilai signifikan $0,766 >$ daripada $0,05$. Oleh karena itu kesimpulannya H_0 diterima dan H_a ditolak. Kemudian variabel promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar $2,273 >$ daripada nilai t tabel yakni $1,664$ dan nilai signifikan $0,025 <$ daripada $0,05$. Sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan variabel label halal secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar $7,495 >$ daripada nilai t tabel yakni $1,664$ dan nilai signifikan $0,000 <$ daripada $0,05$. Sehingga kesimpulannya H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Berdasarkan hasil pengujian menyatakan bahwa variabel harga, promosi, dan label halal secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan instan di kalangan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin, nilai F hitung yakni $28,620 >$ daripada nilai

F tabel 2,70 dan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga kesimpulan yang didapat yakni H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. Saran

Adapun hasil dari penelitian serta kesimpulan diatas, maka ada beberapa saran terkait dengan penelitian:

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian yang dilakukan bisa dibuat kesimpulan bahwa harga kurang berpengaruh dalam keputusan pembelian, hal tersebut terjadi mungkin karena ada faktor lain di luar penelitian ini. Sedangkan untuk promosi dan label halal menyatakan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan instan. Sebab itu perusahaan tetap mempertahankan promosi yang baik dan pencantuman label halal pada kemasan.
2. Bagi penulis selanjutnya, diharapkan penelitian ini memberi informasi sebagai bahan rujukan saat melakukan penelitian lain yang terkait dengan variabel harga, promosi, dan label halal terhadap keputusan pembelian pada produk makanan instan. Penelitian ini masih banyak kekurangan, sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan penulis dapat melakukan pengembangan penelitian ini, dengan melihat faktor-faktor atau variabel lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian oleh mahasiswa.