

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan analisis data yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Duta Merek, Harga, dan Label Halal berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Generasi Z di Kota Banjarmasin dalam membeli produk Make Over. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji F yaitu nilai F hitung  $10,088 > F$  tabel  $3,09$  dan nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$ . Maka secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
2. Duta Merek secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Generasi Z di Kota Banjarmasin dalam membeli produk Make Over. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji T sebesar  $t$  hitung  $4,091 > t$  tabel sebesar  $1,985$  dan nilai signifikansi duta merek sebesar  $0,001 < 0,05$ .

Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Generasi Z di Kota Banjarmasin dalam membeli produk Make Over. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji T sebesar  $t$  hitung  $1,886 < t$  tabel sebesar  $1,985$  dan nilai signifikansi harga sebesar  $0,062 > 0,05$ .

Label Halal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Generasi Z di Kota Banjarmasin dalam membeli produk Make Over. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji T sebesar  $t$  hitung  $0,377 < t$  tabel sebesar  $1,985$  dan nilai signifikansi label halal sebesar  $0,707 > 0,05$ .

## **B. Saran**

### **1. Bagi Perusahaan**

- a. Untuk PT Paragon *Technology and Innovation* diharapkan dalam memilih duta merek hendaknya memilih selebriti yang selalu menjaga image dan citra yang baik agar memiliki kesan dan daya tarik bagi konsumen.
- b. Berdasarkan hasil penelitian ini harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka dari itu agar penjualan maksimal maka harga yang ditawarkan dapat menyesuaikan dengan kualitas produknya sehingga konsumen merasa puas dan akan terus menggunakan produk Make Over.
- c. Berdasarkan hasil penelitian ini label halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Alangkah baiknya jika disertakan logo label halal pada kemasan produk supaya konsumen merasa aman dan terjamin serta tidak ragu akan kehalalannya.

## 2. Bagi Peneliti

- a. Bagi peneliti selanjutnya, melihat masih banyak terdapat kekurangan dalam penelitian ini, disarankan agar peneliti selanjutnya menambahkan variabel-variabel lainnya yang belum ada dalam penelitian ini.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dikembangkan lagi dengan menambah literature mengenai kajian islam sehingga pembahasannya bisa lebih mendalam.