

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan mengenai pengaruh promosi, kualitas produk, label halal, dan harga terhadap keputusan pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream di Kecamatan Cileungsi Bogor disimpulkan sebagai berikut :

1. Labelisasi Halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian *wardah exclusive matte lipcream*. Hal ini di buktikan berdasarkan hasil uji t yaitu menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0.017 < 0.05$  dan thitung sebesar  $2,429 < 1,985$  pada variable labelisasi halal. Dapat diartikan bahwa  $H_a$  diterima atau  $H_0$  ditolak, kesimpulannya adalah labelisasi halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Wardah Exclusive Matte Lipcream.
2. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *wardah exclusive matte lipcream* di kecamatan Cileungsi Bogor . Hal ini dapat diketahui dari hasil-hasil yang sudah di uji pada variabel persepsi harga yang dilakukan secara uji t parsial dan nilai signifikan. Dengan hasil berikut pengujian parsial diatas menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$  dan thitung sebesar  $2,954 > 1,985$  pada variabel persepsi harga. Dapat diartikan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, kesimpulannya adalah persepsi harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Wardah Exclusive Matte Lipcream
3. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli *wardah exclusive matte lipcream* di

kecamatan Cileungsi Bogor. Hal ini dapat diketahui dari hasil-hasil yang sudah di uji pada variabel persepsi harga yang dilakukan secara uji t parsial dan nilai signifikan. Dengan hasil berikut pengujian parsial diatas menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,046 < 0,05$  dan thitung sebesar  $2,024 > 1,985$  pada variabel persepsi harga. Dapat diartikan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, kesimpulannya adalah persepsi harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Wardah Exclusive Matte Lipcream

Pengaruh Labelisasi Halal, Persepsi Harga dan Kualitas Produk pada Wardah exclusive matte lipcream di Kecamatan Cileungsi Bogor . Dapat dilihat pada hasil koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh variabel labelisasi halal, persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Jika semakin tinggi nilai maka semakin baik. Dengan hasil demikian bisa disimpulkan variabel independen yaitu labelisasi halal, persepsi harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan pada variabel dependen yaitu keputusan pembeli.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dengan ini penulis mengemukakan saran yang dapat dipertimbangkan yaitu :

### **1. Bagi Perusahaan**

- a. Untuk memastikan bahwa pelanggan tetap merasa aman, percaya, dan memutuskan untuk membeli sesuatu, perusahaan harus terus memastikan bahwa produk yang mereka buat asli. Karena itu, konsumen diharapkan setia terhadap produk yang dibuat oleh perusahaan.

- b. Perusahaan diharapkan selalu mengevaluasi harga produk sesuai dengan keterjangkauan konsumen agar jumlah konsumen lebih meningkat kedepannya.
- c. Perusahaan diharapkan terus meningkatkan kualitas produk supaya konsumen tetap merasa puas menggunakan Wardah Exclusive Matte Lip Cream dan selalu melakukan pembelian ulang.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dikarenakan keterbatasan dari penulis diharapkan dalam penelitian selanjutnya untuk menambah variabel bebas lainnya selain promosi, kualitas produk, label halal, dan harga. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian

