

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari variabel label halal, religiusitas dan green marketing terhadap keputusan pembelian skincare Larissa Aesthetic Center Kudus. Setelah melalui berbagai analisis statistik, serta telah melalui pembahasan secara rinci, maka penulis menyimpulkan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Label halal berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk skincare Larissa Aesthetic Center Kudus. Artinya, itu mengindikasikan bahwa dengan adanya label halal pada kemasan produk dapat lebih meyakinkan masyarakat dalam membeli produk.
2. Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian skincare Larissa Aesthetic Center Kudus. Artinya, variabel religiusitas memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik halal, dimana semakin tinggi tingkat religiusitas akan meningkatkan kecenderungan seseorang memutuskan membeli produk halal.
3. *Green marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian skincare Larissa Aesthetic Center Kudus. Artinya, *Green Marketing* mencari alternatif untuk menghilangkan polusi lingkungan yang diciptakan oleh industri, mempromosikan penggunaan ramah lingkungan produk, menjaga proses pengemasan menjadi minimum dan mendorong kesadaran akan daur ulang di masyarakat.

B. Saran

Setelah penelitian dilakukan, maka peneliti akan memberikan saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan teknik statistik lain yang dapat menyempurnakan penelitian ini, selain itu juga dapat membuat indikator yang lebih ringkas namun tetap menjurus

pada variabel penelitian yang akan diteliti, hal ini dimaksudkan agar responden tidak merasa bosan dan keberatan dalam mengisi kuesioner. Selanjutnya dalam pemilihan responden sebaiknya memilih responden yang sedang santai dalam arti tidak tergesa-gesa, agar dapat mengisi kuesioner dengan cermat.

