

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Tujuan akhir dari penelitian ini adalah menganalisis hubungan antara dua faktor bebas dan satu variabel lingkungan, khususnya cara yang paling umum dalam menentukan keputusan pembelian konsumen dari 49 responden. Peneliti menyimpulkan sebagai berikut dari temuan penyelidikan:

1. Hasil dari uji T dengan diperolehnya nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel yaitu  $0,868 < 2,036$  dan nilai sig  $0,392$  menunjukkan bahwa promosi syariah tidak berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik wardah pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, kampus IAIN Kudus.
2. Dengan nilai sig sebesar  $0,046$  yang berada diatas taraf signifikansi  $0,05$ , serta perolehan  $t$  hitung dan  $t$  tabel. Hasil uji  $t$  diperoleh hasil sebesar  $2,072$  yang lebih besar dari nilai  $t$  tabel yaitu  $2,036$  yang menunjukkan bahwa variabel  $X_2$  berpengaruh terhadap variabel  $Y$ . Dan dapat diartikan bahwa Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Kampus IAIN Kudus melakukan pembelian kosmetik wardah berdasarkan label halal
3. Secara simultan, hasil penelitian uji- $f$  variabel promosi syariah dan labelisasi halal berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik wardah. Hal ini terlihat dari hasil uji  $f$  yang menunjukkan bahwa variabel  $X_1$  dan  $X_2$  berpengaruh signifikan dengan nilai  $f$  hitung  $> f$  tabel sebesar  $17,471 > 3,28$  dan nilai sig sebesar  $0,000$  dibawah taraf signifikansi  $0,05$ . Berdampak pada variabel  $Y$  secara simultan dan independen.

### B. Keterbatasan Penelitian

Walaupun pemeriksaan ini telah dilakukan dengan jangkauan terjauh yang dapat dibayangkan dalam batas-batas yang ditetapkan oleh analisis, namun masih terdapat beberapa batasan, antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada satu objek pendidikan tinggi dengan sampel kecil.
2. Dalam penelitian ini, responden mengambil mahasiswi yang rata-rata seumuran dengan mereka dari angkatan yang sama.

3. Meskipun masih banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, namun fokus ini hanya mempertimbangkan faktor promosi syariah dan labelisasi halal.
4. Pemeriksaan yang tidak memuaskan karena keterbatasan aset dan waktu.

### C. Saran

Mengingat efek samping dari eksplorasi di atas, ide yang diberikan oleh spesialis untuk pemeriksaan tambahan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan peneliti akan memilih objek yang lebih besar, seperti masyarakat umum, untuk penelitian di masa mendatang.
2. Untuk menjamin distribusi penelitian yang lebih merata, diharapkan penelitian-penelitian selanjutnya lebih fokus pada orang-orang dari berbagai usia.
3. Dalam ujian yang sedang berlangsung, adalah wajar untuk menambahkan faktor-faktor bebas yang dapat memengaruhi pilihan pembelian.

