

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil yang telah diolah dengan menggunakan analisis *structural equation modeling* software SmartPLS 3.0 di dalam penelitian ini, maka bisa untuk ditarik kesimpulan bahwa mendapatkan hasil sebagai berikut:

- 1 Variabel label halal berpengaruh terhadap variabel sikap pada pembelian produk mie ramyun. Hal ini dapat terlihat jelas dengan adanya hasil dari t-hitung $0,312 > t\text{-tabel } 1,966$ dengan nilai P-values $0,002 < 0,05$. Maka dari hal tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari variabel label halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel sikap pada pembelian produk mie ramyun. Label halal merupakan hal terpenting yang harus diteliti ketika membeli produk mie ramyun.
- 2 Variabel harga berpengaruh terhadap variabel sikap pada pembelian produk mie ramyun. Hal ini dapat terlihat jelas dengan adanya hasil dari t-hitung $0,577 > t\text{-tabel } 1,966$ dengan nilai P-values $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga mempengaruhi pembelian pada produk mie ramyun.
- 3 Variabel label halal berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian pada produk mie ramyun. Hal ini dapat terlihat jelas dengan adanya hasil dari t-hitung $0,285 > t\text{-tabel } 1,966$ dengan nilai P-values $0,026 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa label halal yang terdapat pada kemasan produk mie ramyun dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
- 4 Variabel harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian pada pembelian produk mie ramyun. Hal ini dapat terlihat jelas dengan adanya hasil dari t-hitung $0,439 > t\text{-tabel } 1,966$ dengan nilai P-values $0,001 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga pada produk mie ramyun dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
- 5 Variabel label halal berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian melalui sikap pada pembelian produk mie ramyun. Hal ini dapat terlihat jelas dengan adanya hasil dari t-hitung $0,088 > t\text{-tabel } 1,966$ dengan nilai P-values $0,042 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa label halal pada kemasan produk mie ramyun dapat mempengaruhi keputusan pembelian melalui sikap seseorang. Semakin religius sikap seseorang maka akan semakin peka akan halal.

- 6 Variabel harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian melalui sikap pada pembelian produk mie ramyun. Hal ini dapat terlihat jelas dengan adanya hasil dari t-hitung $0,164 > t\text{-tabel } 1,966$ dengan nilai P-values $0,012 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk mie ramyun melalui sikap.
- 7 Variabel sikap berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian pada produk mie ramyun. Hal ini dapat terlihat jelas dengan adanya hasil dari t-hitung $0,284 > t\text{-tabel } 1,966$ dengan nilai P-values $0,011 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sikap seseorang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada produk.

B. Saran

Berdasarkan pada penelitian yang telah peneliti buat, maka peneliti memberikan beberapa masukan sebagai berikut:

1. Keterbatasan Penelitian
Penelitian ini hanya dilakukan pada siswa SMA Muhammadiyah 05 Todanan, kemudian sampel penelitian ini sebagian besar diisi oleh remaja siswa perempuan dengan kisaran usia 15-16 tahun. Akan menjadi lebih baik apabila sampel dan tempat yang diperlibatkan lebih banyak konsumen remaja jenjang kuliah. Dengan memperlibatkan lebih banyak responden yang lebih beragam maka penelitian akan memberikan hasil penelitian yang lebih menyeluruh sehingga akan dapat menambah data mengenai riset pasar mengenai produk mie ramyun.
2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya
Peneliti selanjutnya disarankan untuk bisa melakukan pengembangan terhadap penelitian ini yaitu dengan melakukan penelitian terhadap faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu juga dapat memperluas dan memperdalam ruang lingkup penelitian serta menggunakan berbagai metode lain seperti dengan melakukan wawancara dengan cara yang lebih mendalam terhadap konsumen atau pelanggan sehingga informasi yang akan diterima akan lebih bervariasi dan kompleks dari pada kuesioner ataupun angket yang sudah tersedia