

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah mengevaluasi tiga faktor independen dalam memberikan pengaruh terhadap satu variabel dependen yaitu pilihan pembelian dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang telah komprehensif dan datanya telah dianalisis oleh peneliti dalam penelitian tersebut, diantaranya:

1. Variabel *brand ambassador* (X1) terhadap keputusan pembelian ternyata memiliki pengaruh negative dan signifikan, hal ini dapat dilihat melalui Uji t, nilai t_{hitung} yaitu sebesar -147,307 dengan t_{tabel} 1,984 yang berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$. Sedangkan untuk nilai Sig. 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini memperlihatkan bahwa *brand ambassador* berpengaruh secara negative dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Makna dari berpengaruh negatif dan signifikan adalah meningkatnya variabel *brand ambassador* dibarengi dengan menurunnya variabel keputusan pembelian. Artinya variabel *brand ambassador* dan keputusan pembelian tersebut berbalik atau tidak searah, semakin meningkatnya *brand ambassador* maka semakin kecil kemungkinannya untuk terlibat didalam keputusan pembelian.
2. Variabel label halal (X2) terhadap keputusan pembelian ternyata memiliki pengaruh positif dan signifikan, hal ini dapat dilihat melalui Uji t, nilai t_{hitung} yaitu sebesar 142,456 dengan t_{tabel} 1,984 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sedangkan untuk nilai Sig. 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini memperlihatkan bahwa label halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Makna dari berpengaruh positif dan signifikan adalah meningkatnya variabel label halal dibarengi dengan meningkatnya variabel keputusan pembelian. Artinya variabel label halal dan keputusan pembelian tersebut searah, semakin meningkatnya label halal maka keputusan pembelian pada produk juga semakin meningkat.
3. Variabel kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian ternyata memiliki pengaruh positif dan signifikan, hal ini dapat dilihat melalui Uji t, nilai t_{hitung} yaitu sebesar 207,858 dengan t_{tabel} 1,984 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sedangkan untuk nilai Sig. 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini

memperlihatkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Makna dari berpengaruh positif dan signifikan adalah meningkatnya variabel kualitas produk dibarengi dengan meningkatnya variabel keputusan pembelian. Artinya variabel kualitas produk dan keputusan pembelian tersebut searah, semakin meningkatnya kualitas produk maka keputusan pembelian pada produk juga semakin meningkat.

B. Saran-saran

Berdasarkan temuan dan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan peneliti, diharapkan temuan penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Berikut beberapa rekomendasi bagi individu atau organisasi yang terkait dengan penelitian ini:

1. Bagi mahasiswa terlebih mahasiswa ekonomi syariah bisa lebih baik lagi dalam mengetahui dunia ekonomi syariah.
2. Bagi peneliti selanjutnya dalam studi ini bisa dijadikan sebagai bahan acuan saat menjalankan penelitian dan harus lebih mengembangkan studi yang dijalankan dengan cara memakai variabel-variabel lain yang bisa memberikan pengetahuan dan sebagai pembaharu perihal keputusan pembelian.
3. Bagi peneliti selanjutnya bisa menambah jumlah sampel dalam penelitiannya.