

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan serta penelitian yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, maka bisa disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara persial uji T membuktikan bahwa labelisasi halal ( $X_1$ ) berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk kosmetik lipstik Wardah bagi remaja perempuan di Ds. Pancur Kec. Mayong Kab. Jepara, karena hasil dari penelitian uji T labelisasi halal mempunyai nilai signifikan  $0,928 > 0,05$  dan mempunyai nilai  $T_{hitung} 0,090 < T_{tabel} 1,987$  sehingga  $H_1$  ditolak.
2. Secara persial uji T membuktikan bahwa daya tarik iklan kepada konsumen ( $X_2$ ) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk kosmetik lipstik Wardah bagi remaja perempuan di Ds. Pancur Kec. Mayong Kab. Jepara, karena hasil dari penelitian uji T daya tarik iklan kepada konsumen mempunyai nilai signifikan  $0,015 < 0,05$  dan mempunyai nilai  $T_{hitung} 2,483 > T_{tabel} 1,987$  sehingga  $H_2$  diterima.
3. Secara simultan uji F membuktikan bahwa labelisasi halal ( $X_1$ ) dan daya tarik iklan kepada konsumen ( $X_2$ ) terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk kosmetik lipstik Wardah bagi remaja perempuan di Ds. Pancur Kec. Mayong Kab. Jepara, karena hasil dari penelitian uji F mempunyai nilai signifikansi  $0,005 < 0,05$  dan mempunyai nilai  $F_{hitung} 5,718 > F_{tabel} 3,101$  sehingga  $H_3$  diterima.

### B. Saran

berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah dijelaskan diatas, peneliti ingin menyampaikan saran yang sekiranya saran tersebut memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terkait. Saran yang dibuat sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada penelitian ini peneliti mengharapkan PT. Paragon Technology and Innovation khususnya pada produk Wardah, apabila perusahaan ingin meningkatkan keputusan

pembelian hal yang perlu dilakukan yaitu perusahaan terus bertanggung jawab dan dapat mempertahankan labelisasi halal yang sudah dimiliki dan menciptakan produk yang lebih unggul sehingga nantinya dapat menarik perhatian konsumen untuk membuat keputusan pembelian pada produk kosmetik Wardah dan tidak berpindah ke produk kosmetik lainnya.

2. Berdasarkan pada penelitian ini peneliti mengharapkan kepada PT Paragon Technology and Innovation khususnya pada produk Wardah, apabila ingin meningkatkan keputusan pembelian hal yang perlu dilakukan kaitannya dengan daya tarik iklan kepada konsumen sebaiknya dipertahankan dan jika perlu ditingkatkan, sehingga keputusan pembelian produk kosmetik lipstik Wardah akan terus meningkat.
3. Bagi peneliti selanjutnya mengharap bisa meneliti dengan variabel yang lain diluar variabel yang telah diteliti ini agar mendapatkan hasil yang lebih variatif yang bisa berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

