

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian di Bahagia Swalayan, ditunjukkan dengan hasil uji parsial diperoleh t_{hitung} sebesar $4.435 > t_{tabel}$ sebesar 1.98 , dengan probabilitas $0.000 < 0.05$ artinya harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulannya, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bahagia Swalayan.
2. Ada pengaruh positif label halal terhadap keputusan pembelian di Bahagia Swalayan, ditunjukkan dari hasil uji parsial diperoleh t_{hitung} sebesar $8.311 > t_{tabel}$ sebesar 1.98 , dengan probabilitas $0.000 < 0.05$ artinya label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulannya, label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bahagia Swalayan.
3. Ada pengaruh positif harga dan label halal terhadap keputusan pembelian di Bahagia Swalayan, ditunjukkan dari hasil uji simultan diperoleh F_{hitung} sebesar $51.905 > F_{tabel}$ sebesar 3.07 , dengan probabilitas $0.000 < 0.05$ artinya harga dan label halal secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulannya, secara simultan harga dan label halal

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Bahagia Swalayan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat menyajikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bahagia Swalayan sebaiknya tetap menjual barang/ produk yang memiliki label halal pada kemasannya serta tetap mempertahankan dan memperbaiki dari segi penetapan harga produk. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear berganda ternyata keputusan pembelian konsumen di Bahagia Swalayan lebih banyak dipengaruhi oleh label halal ketimbang harga, sehingga ada baiknya pihak pengelola agar lebih memperhatikan dan menjual produk yang berlabel halal.
2. Pihak pengelola Bahagia Swalayan sebaiknya meningkatkan motivasi dan daya tarik dengan menetapkan harga jual yang disesuaikan dengan kemampuan daya beli konsumen, serta lebih banyak memberikan diskon.
3. Penelitian ini terbatas hanya pada harga dan label halal saja, masih banyak lagi faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga perlu dikaji lebih lanjut variabel-variabel lain seperti: produk, promosi, kualitas pelayanan, lokasi yang strategis, kelengkapan, pesaing dll.