

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penjelasan dan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti terkait “Pengaruh Label Halal dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina (Survei Pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”, akan disimpulkan sebagai berikut:

1. Label Halal berpengaruh positif dan signifikan ( $0,040 < 0,05$ ) terhadap keputusan pembelian produk Emina dengan koefisien regresi 0,239. Hal ini menyatakan bahwa pada variabel label halal  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
2. *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan ( $0,000 < 0,05$ ) terhadap keputusan pembelian produk Emina dengan koefisien regresi 0,424. Hal ini menyatakan bahwa pada variabel *Celebrity Endorser*  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
3. Berdasarkan uji secara simultan (Uji F) variabel label halal dan *celebrity endorser* tingkat signifikannya  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang artinya variabel label halal dan *celebrity endorser* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Emina. *Celebrity Endorser* merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk Emina dengan koefisien regresi 0,424 lebih besar dari variabel lain.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang ada, saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan PT Parogan Technology and Innovation  
Variabel yang mempunyai nilai tertinggi adalah *celebrity endorser*.  
Produk Emina sebaiknya tetap mempertahankan *celebrity endorser*

yang terbukti dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk Emina.

Dalam penelitian ini label halal berpengaruh kecil diantara variabel lain terhadap keputusan pembelian produk Emina, maka diharapkan pihak PT Parogan Technology and innovation yang memproduksi produk Emina sebaiknya senantiasa menjaga kehalalan dari produk yang dihasilkan agar para konsumen tetap percaya dan memutuskan untuk melakukan pembelian, sehingga diharapkan pada akhirnya konsumen tersebut loyal terhadap produk yang dihasilkan oleh pihak perusahaan tersebut.

Bagi LPPOM MUI sebagai lembaga sertifikasi dan label halal terbesar di Indonesia, diharapkan mampu memberikan edukasi yang meluas kepada produsen makanan dan konsumen terkait keamanan dan kehalalan pangan, serta mempermudah mekanisme pengurusan sertifikat halal bagi produsen tanpa mengurangi kinerja pengelolaan lembaga.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan menjadi dasar penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Bagi pihak yang ingin meneliti lebih lanjut, dapat menggunakan atau menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti variabel harga, kualitas produk, gaya hidup. Bahwa masih banyaknya kekurangan dalam penelitian ini karena keterbatasan sumber yang membahas tentang variabel yang lain. Selain itu dapat memperluas jangkauan serta mengambil objek lain di masyarakat sehingga mampu mengidentifikasi faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Karena dalam penelitian ini terdapat 71,6% faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

## 3. Bagi Institusi Pendidikan

Bagi institusi pendidikan terkait, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan atau materi pembelajaran baik kalangan mahasiswa maupun profesi mengenai produk halal.