

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan peneliti dengan judul pengaruh religiusitas, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun angkatan 2019-2021, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Religiusitas (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun angkatan 2019-2021, dimana secara statistik didapatkan nilai signifikan sebesar $0,488 > 0,05$, maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak. Yang artinya bahwa belum adanya kesadaran seorang muslimah tentang pentingnya labelisasi halal terhadap suatu produk dan standar-standar yang dikeluarkan oleh MUI
2. Pengaruh kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk Wardah pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun angkatan 2019-2021. yang ditunjukkan dengan besarnya nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai t hitung menunjukkan 4,840. H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang artinya produk Wardah yang memiliki kualitas yang baik menjadi daya tarik sendiri bagi seorang konsumen untuk membelinya. Salah satu tujuan dari kualitas produk adalah mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan produk hasil buaatannya sehingga konsumen mudah dalam melakukan pengambilan keputusan.
3. harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk Wardah pada mahasiswi Ekonomi

Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun angkatan 2019-2021. yang ditunjukkan dengan besarnya nilai signifikan sebesar 0,057 lebih besar dari 0,05 dengan nilai t hitung menunjukkan 1,935. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Wardah. harga yang menjadi pertimbangan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian

4. religiusitas (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) terhadap keputusan pembelian produk Wardah (Y) dapat diterima. Berdasarkan Hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai F hitung (14.097) dan F tabel (2,17) maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi (0,000) atau Sig. hitung $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan ataupun secara bersamaan variable pengaruh religiusitas, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah hal ini sejalan dengan dengan penelitian yang dilakukan oleh (cindy ayu prasati & marlina ekawaty, 2022) bahwa secara simultan religiusitas (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang di peroleh dari penelitian ini, maka penulis mengajukan beberapa saran, sebagai berikut :

1. Saran untuk perusahaan
Peneliti berharap perusahaan wardah agar lebih memperhatikan sosialisasi labelisasi halal yang ada di produk wardah sehingga pengguna dapat memahami pentingnya produk yang berlabel halal untuk meningkatkan penjualan.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel variabel yang belum diteliti oleh peneliti guna untuk mengetahui

variabel variabel lainnya yang memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian produk wardah.

