

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Menurut hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti yang berjudul pengaruh *brand image* dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian kosmetik pada IPPNU di Kabupaten Mojokerto dapat disimpulkan bahwa :

1. *Brand image* terhadap keputusan pembelian kosmetik pada IPPNU di Kabupaten Mojokerto secara persial berpengaruh signifikan yang mana diperoleh t hitung untuk variabel brand image sebesar 8,852 yang dibandingkan dengan t hitung dan t tabel. Di dapat t tabel 1,986. Dimana Nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $8,852 > 1,986$ dan signifikansi (sig) $0,000 < 0,05$ yang mempunyai arti H1 diterima dan H0 ditolak.
2. Labelisasi halal terhadap keputusan pembelian kosmetik pada IPPNU di Kabupaten Mojokerto secara persial berpengaruh signifikan yang mana diperoleh t hitung untuk variabel labelisasi halal sebesar 2,749 yang dibandingkan dengan t hitung dan t tabel. Di dapat t tabel 1,986. Dimana Nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $2,749 > 1,986$ dan signifikansi (sig) $0,007 < 0,05$ yang mempunyai arti H1 diterima dan H0 ditolak.
3. *Brand image* dan labelisasi halal secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik pada IPPNU di Kabupaten Mojokerto. Yang mana dapat dibuktikan dengan nilai F hitung senilai 72,269 lebih besar jika dibandingkan dengan nilai F tabel 3,09 dengan signifikan 0,000. Yang berarti semakin tinggi brand image dan labelitas halal secara bersamaan maka

semakin tinggi juga keputusan pembelian kosmetik pada IPPNU di Kabupaten Mojokerto.

B. Saran

Menurut hasil penelitian yang diteliti, maka beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. *Brand image* berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian kosmetik, dengan ini hal tersebut dapat digunakan oleh perusahaan produk kosmetik untuk tetap menjaga bahkan meningkatkan brand image produk kosmetik.
2. Labelisasi halal juga berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian kosmetik, Hal ini dapat menambah daftar perijinan yang harus ditaati suatu perusahaan kosmetik. Perusahaan dengan konsep label halal lebih banyak disukai oleh konsumen, khususnya konsumen yang mulai beralih melakukan pembelian produk kosmetik yang sudah mencantumkan sertifikasi halal.
3. Diharapkan untuk para wanita muslimah untuk lebih memperhatikan labelisasi halal dalam keputusan pembelian suatu produk kosmetik karena mengonsumsi suatu barang halal itu sudah kewajiban suatu muslim. Mengonsumsi produk halal dianjurkan untuk kebaikan manusia sendiri,
4. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini yang bisa memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian kosmetik