

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Pemasaran dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Produk Anzora Skincare Glowing Series Pada Wilayah Talang Jambe maka dapat ditarik kesimpulan :

- a. Variabel Pemasaran (X1) menunjukkan nilai signifikan ($0,002 < 0,05$) dan nilai thitung $-3,238 < t_{tabel} 1,990$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pemasaran (X1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- b. Variabel Sertifikasi Halal (X2) menunjukkan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) dan nilai thitung $5,324 > t_{tabel} 1,990$ maka dapat disimpulkan bahwa variable Sertifikasi Halal (X2) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- c. Variabel Pemasaran (X1) dan Serifikasi Halal (X2) secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Produk Anzora Skincare. Ditunjukkan dengan hasil uji-f (simultan) yang telah dilakukan dengan menggunakan variabel Pemasaran (X₁) dan Sertifikasi Halal (X₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh hasil f_{hitung} sebesar $14,396 > 3,111$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima.

d. Variabel yang paling memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian(Y) adalah variabel sertifikasi halal (X_2). Ditunjukkan berdasarkan uji regresi linear berganda yang didapat. Nilai konstanta sebesar 16.742 artinya bahwa jika nilai pada variabel pemasaran (X_1) dan nilai pada variabel sertifikasi halal (X_2) bernilai 0% atau tidak mengalami perubahan, maka nilai keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 16.742.

Nilai koefisien pemasaran(X_1) yang diperoleh dari nilai (b_1) yaitu sebesar -0,242, artinya jika variabel sertifikasi halal (X_2) nilainya tetap dan variabel pemasaran (X_1) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,242.

Nilai koefisien sertifikasi halal (X_2) yang diperoleh dari nilai (b_2) yaitu sebesar 0,578, artinya jika pemasaran (X_1) nilainya tetap dan variabel sertifikasi halal (X_2) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,578.

1.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan maka saran yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut.

- a. Disarankan kepada Owner Produk Anzora Skincare untuk lebih meningkatkan lagi promosi yang dilakukan sehingga lebih banyak lagi masyarakat yang tentang manfaat dan kelebihan produk Anzora Skincare dan dapat membuat masyarakat lebih banyak lagi yang berminat terhadap

produk Anzora Skincare

- b. Produsen harus tetap mempertahankan kualitas produk dengan cara menjaga kehalalan produk.
- c. Bagi akademik, diharapkan penelitian ini bisa dijadikan referensi dan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian yang akan datang.