

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel Label Halal dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen mie Nongshim yang berada di wilayah Jakarta. Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Variabel Label Halal (X1) dan Gaya Hidup (X2) memiliki pengaruh yang signifikansi positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk Nongshim di Jakarta yaitu sebesar , hal ini dibuktikan dengan uji F bahwa signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan persamaan  $Y = 15.123 + 0.286 X_1 + 1.307 X_2$  dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa label halal dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin baik koefisien regresi berganda, maka akan semakin baik tingkat keputusan pembelian pada konsumen produk Nongshim.
2. Variable Label Halal (X1) secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk Nongshim, hal ini dibuktikan dengan Uji t dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $1.603 < 1.985$ .
3. Variabel Gaya Hidup (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie Nongshim di Jakarta, hal ini dibuktikan pada Uji t dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5.775 > 1.985$ .

#### **5.2 SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan dan kesimpulan yang telah dilakukan maka saran yang dapat peneliti berikan sebagai berikut:

1. Bagi pihak Nongshim dapat meningkatkan Label Halal yang tinggi baik dari segi kandungan produk, kemasan, dan informasi lainnya yang

meyakinkan konsumen akan kehalalan produk yang dapat meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen.

2. Bagi pihak Nongshim dapat lebih memperhatikan gaya hidup konsumen dalam mengonsumsi makanan mie instan sehingga konsumen dapat menimbulkan keputusan pembelian.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lain yang dapat, menciptakan keputusan pembelian pada produk Nongshim.

