

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan penjelasan pada bab sebelumnya, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Bear Brand di Kabupaten Malang.
2. Variabel label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Bear Brand di Kabupaten Malang.
3. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Bear Brand di Kabupaten Malang.
4. Variabel gaya hidup, label halal, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Bear Brand di Kabupaten Malang.

5.2. Saran

Setelah menyimpulkan hasil penelitian ini diatas, peneliti akan memberikan saran yang merujuk pada hasil penelitian ini:

1. Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti, saran peneliti untuk perusahaan adalah sebaiknya Nestle Indonesia lebih memperhatikan desain produk yang akan di pasarkan. Seperti menambahkn label aturan minum pada kemasan susu Bear Brand yang tidak boleh dikonsumsi lebih 3 kali sehari, jika dikonsumsi secara berlebihan dapat menimbulkan efek samping seperti diare,

kembung, dank ram. Karena yang terdapat dalam kemasan susu Bear Brand hanyalah peringatan bahwa susu Bear Brand bukanlah pengganggu ASI (air susu ibu).

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan acuan berkaitan dengan pengaruh gaya hidup, label halal, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Harapan dari penulis, penelitian selanjutnya dapat menambah atau menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Dengan hal ini, maka akan diperoleh informasi yang lebih luas terkait keputusan pembelian.



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

DAFTAR PUSTAKA

- Azanella. (2022, 21 Januari). *Fenomena Panic Buying di Indonesia dari Susu Beruang hingga Minyak Goreng*. Tulisan pada <https://www.kompas.com/tren/read/2022/01/21/173000765/fenomena-panic-buying-di-indonesia-dari-susu-beruang-hingga-minyak-goreng?page=all#>.
- Fadila, Cut Tari. (2019). *Analisis Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Toko Roti Bread Boy Bakery & Cake Shop di Banda Aceh)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/10826>.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Kedua*. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Udate PLS Regresi*. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juliandi, A. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Medan: M2000.
- Kotler, P. 2015. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia dari *Principles Of Marketing* 9e. Penerbit PT. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2012). *Principles Of Marketing. Global Edition*. Pearson education.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2015). *Principles of Marketing, Sixteenth Edition, England : Pearson Education Limited*.
- Kotler, Philip dan Gray Amstrong. (2018). *Principles of Marketing. 17th Global Edition, New York : Pearson Education Limited*.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisin13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition, New Jersey : Pearson Education Limited*.
- Krisnwati, Fadila. (2021). *Pengaruh Labelisasi Halal, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang (Studi Kasus pada*

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau).
<http://repository.uir.ac.id/id/eprint/6177>.

Miswanto, Izza salsabila dan Titik Kusmantini. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Gera Starbucks pada Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha. Vol. 30, No.2, Hal.70-86. Diakses dari <https://doi.org/10.32477/jkb.v30i2.444>.

Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Persaingan Kontemporer*. Bandung : Alfabeta.

Rahmi, S. S. (2018). *Pengaruh Label halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi pada Konsumen di Pajus Medan)*. Skripsi Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara Medan.

Republik Indonesia. (2016). *Undang-Undang RI No. 33 2014 tentang Jaminan Produk Halal Pasal 3*. Cet.Ketujuh. Jakarta. Sinar Grafika.

Riski, Bagus. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, Harga Jual terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim (Studi Kasus pada Cemilan Makanan Olahan UD. Rezeki Baru Kecamatan Medan Denai). <http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/9532>.

Riyanto, S., dan Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Rizal, Muhammad Afrohur.(2018). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 7 No. 10

Sanusi, Anwar. 2017. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.

Sri, Rahayu. (2015). Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. Vol.13 No.13.

Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Supardin, Lalu. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal. *Jurnal Ekonomi*,