

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan konsumen dan kesadaran halal erhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Maybelline di kelurahan Sialang Sakti Pekanbaru. Dari hasil penelitian terhadap model dan pengujian hipotesis yang dilakukan maka didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan persamaan regresi berganda yang dihasilkan $Y = -2,114 + 0,884X_1 + 0,209X_2 + e$. Artinya adalah apabila Pengetahuan Konsumen dan Kesadaran Halal diasumsikan bernilai nol (0), maka Keputusan Pembelian bernilai tetap. Dengan nilai konstantanya sebesar -2,114. Ini menunjukkan adanya perubahan yang diakibatkan oleh nilai konstanta yang negatif dan nilai dari masing-masing variabel positif. Sehingga apabila nilai konstanta yang negatif dijumlahkan dengan variabel yang bernilai positif akan menunjukkan perubahan yang baik dan bagus dan akan mengalami peningkatan. Untuk itu dalam penelitian ini sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Nilai R Square sebesar 0,722 atau 72,2% Pengetahuan konsumen dan kesadaran halal dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pada produk kosmetik merek Maybelline di kelurahan sialang sakti Pekanbaru

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sementara sisanya 27,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Dengan masing-masing besar persentase dari Variabel X1 Pengetahuan konsumen sebesar 71,1% dan persentase dari variabel X2 Kesadaran Halal sebesar 17,2% didapat pada perhitungan

T_{hitung} .

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan diatas maka peneliti memberikan saran kepada perusahaan dan peneliti dan peneliti yang akan datang.

1. Perusahaan harus meningkatkan kualitas dan kemasan produk agar memberikan persepsi positif dibenak konsumen sehingga konsumen akan melakukan pembelian dengan produk yang sama.
2. Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan konsumen dan kesadaran halal positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Dalam hal ini perusahaan mempertahankan pengetahuan konsumen yang sudah tertanam pada konsumen tentang kosmetik Maybelline dengan peningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing dengan produk sejenis lainnya.
3. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti misalnya wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang jawabanya telah tersedia.