

Hak Cipta Dilindungi 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 V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian beserta pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel logo unilever berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik ponds di GiantMtc Panam. Hal ini dapat dilihat Berdasarkan nilai t hitung $t_{hitung} > t_{tabel}$ $3,414 > 1,991$ dengan signifikan $0,001 < 0,05$ yang artinya adalah variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent. Analisis koefesien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa pengaruh logo unilever sebesar 13% pada variabel keputusan pembelian produk kosmetik ponds di Giant Mtc Panam.
2. Dalam tinjauan Ekonomi Islam mengenai pengaruh logo unilever terhadap keputusan pembelian produk kosmetik ponds di Giant Mtc Panam secara umum sudah baik. Pada intinya produsen telah membuat logo yang baik dan menciptakan produk berkualitas.

B. Saran

Berdasarkan atas keseluruhan data yang berhasil dikumpulkan oleh penyusun dan segenap kemampuan yang dimiliki oleh penyusun, maka beberapa hal yang bisa penyusun berikan sebagai sumbangan pemikiran atas pengaruh logo unilever terhadap keputusan pembelian produk kosmetik ponds di Giant Mtc Panam adalah sebagai berikut:

1. Dengan diketahui logo unilever berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik ponds, maka dengan demikian variabel logo unilever dapat dijadikan sebagai membangun citra perusahaan yang lebih baik lagi.
2. Agar perusahaan unilever lebih memperhatikan pencantuman label halal pada kemasan produk untuk menambah daya tarik konsumen muslim dalam membeli.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

