

BAB V

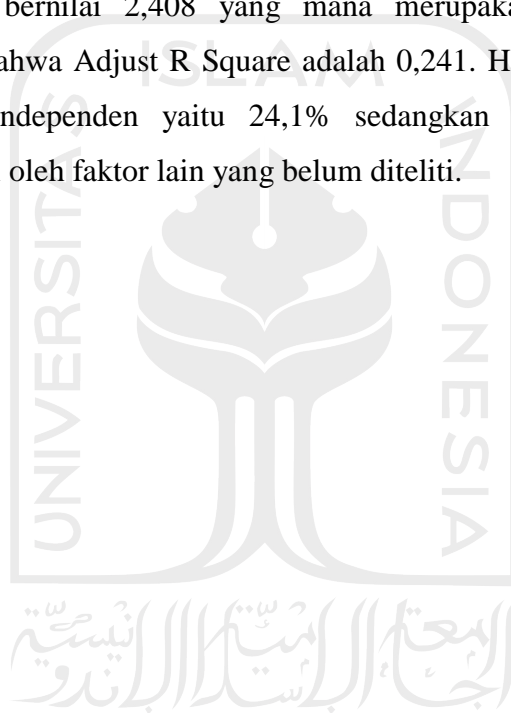
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh citra merek, gaya hidup dan Pencantuman label halal terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji *mister burger* (Studi pada mahasiswa/I FIAI UII) maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis regresi linier berganda dengan nilai koefisien *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,392 dan Berdasarkan uji parsial (uji t), dapat diketahui bahwa variabel citra merek dalam penelitian ini tidak ditemukan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini ditunjukkan dari t hitung lebih kecil dari t Tabel yaitu $1.621 < 1.996$
2. Sama halnya dengan variabel gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung variabel gaya hidup dari nilai t tabel yaitu $-756 < 1,996$ dan analisis regresi linier berganda nilai koefisien *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,392. meskipun dengan gaya hidup modern, namun dalam penelitian ini variabel gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Sedangkan diketahui besar t hitung untuk variabel pencantuman label halal sebesar 3.308 sedangkan t tabel sebesar 1,996 dan koefisien analisis regresi berganda 0,448, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pencantuman label halal terhadap keputusan pembelian. Menurut hasil yang ada, keberagaman kriteria seseorang dalam menetapkan untuk membeli suatu produk makanan cepat saji.

4. Kedua variabel Citra merek dan Gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji mister burger. Hal itu dapat dilihat dari nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel sehingga H_0 diterima H_a ditolak. Sedangkan satu variabel yaitu Pencantuman label halal berpengaruh signifikan berdasarkan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil regresi linier berganda diperoleh bahwa jika variabel citra merek, gaya hidup dan pencantuman label halal bernilai nol, maka nilai variabel dependen yaitu keputusan pembelian bernilai 2,408 yang mana merupakan nilai konstanta dan diketahui bahwa Adjust R Square adalah 0,241. Hal ini berarti sumbangan pengaruh independen yaitu 24,1% sedangkan sisanya sebesar 75,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti.



B. Saran

Adapun saran yang diberikan penulis dari hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa khususnya FIAI UII agar lebih memilih apa yang hendak dikonsumsi tidak hanya melihat *trend* atau merek yang terkenal tanpa memperhatikan kehalalannya.
2. Bagi Peneliti Mendatang, Pembahasan dalam penelitian ini hanya meliputi gaya hidup, citra merek dan pencantuman label halal terhadap keputusan pembelian suatu produk makanan, sehingga perlu dilakukan penelitian lagi secara mendalam dengan menyertakan faktor lain yang belum diteliti.

