

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pada rumusan masalah dan analisis data serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dukungan sosial memiliki hubungan dan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian mie instan impor, ditunjukkan dengan tingkat signifikan  $0,008 < 0,05$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa dukungan sosial memberikan pengaruh positif terhadap perilaku pembelian mie instan impor.
2. Label halal yang terdapat pada kemasan mie instan impor tidak memiliki hubungan dan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian produk mie instan impor, ditunjukkan dengan tingkat signifikan  $0,375 > 0,05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa masih banyak konsumen yang tidak terlalu mementingkan label halal ketika membeli mie instan impor.

#### **B. Saran**

##### **1. Saran praktisi**

Disarankan bagi para konsumen muslim untuk memperhatikan label halal ketika melakukan pembelian dan dalam dukungan sosial yang paling berpengaruh adalah dukungan teman jadi diharapkan bagi konsumen muslim untuk mempertimbangkan kembali ketika mendapatkan saran dari seorang teman.

##### **2. Saran Teoritis**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa variabel independen yaitu label halal (X1) dan dukungan sosial (X2) hanya memiliki pengaruh sebesar 9,7% terhadap perilaku pembelian (Y). Sedangkan sisanya 90,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

dalam penelitian ini, sehingga diharapkan penelitian ini bisa digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian dengan mempertimbangkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini dan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.