

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Simpulan**

Mengacu pada hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa citra merek memiliki dampak yang signifikan terhadap minat beli. Citra merek menjadi faktor dalam menarik minat beli pada suatu produk sehingga dengan adanya keterkaitan antara citra merek dengan minat beli, maka pada produk gildak k-food dapat dipahami bahwa citra merek dalam menarik minat beli pada gildak korean food konsumen dengan memperhitungkan kemasan, harga, isi produk dan juga manfaat dari produk. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti, yaitu Citra merek berpengaruh terhadap minat beli korean food gildak

Lalu pada variabel Kepercayaan merek dapat dipahami bahwa kepercayaan merek memiliki dampak signifikan terhadap minat beli. Kepercayaan merek juga menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk sehingga adanya keterkaitan antara kepercayaan merek dengan minat beli, maka pada gildak korean food dapat disimpulkan konsumen percaya bahwa produk dari gildak memiliki kualitas, layanan, kejujuran produk, dan juga keamanan dari produk. Hasil dari penelitian ini selaras dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti, yaitu kepercayaan merek berpengaruh terhadap minat beli korean food gildak.

Kemudian pada variabel Persepsi Labelisasi Halal dapat disimpulkan bahwa persepsi labelisasi halal berdampak signifikan terhadap minat beli. Persepsi labelisasi halal menjadi tolak ukur dalam pembelian sebuah produk, persepsi konsumen dengan mencari tahu bahwa produk tersebut sudah memiliki izin edar dengan adanya labelisasi halal atau belum sehingga adanya keterkaitan antara persepsi labelisasi halal terhadap minat beli pada gildak korean food. Maka pada gildak korean food Konsumen memperhitungkan keamanan dalam memproduksi produk, logo dari produk serta penggunaan bahan dalam memproduksi produk sehingga dapat menarik minat beli pada gildak korean food. Hasil dari penelitian ini selaras dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti, yaitu persepsi labelisasi halal berpengaruh terhadap minat beli korean food gildak.

## V.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah peneliti uraikan sebelumnya, adapun saran yang ingin disampaikan oleh peneliti sebagai berikut:

### 1. Bagi Perusahaan

- a. Pada variabel citra merek, gildak korean food agar lebih meningkatkan varian produk dengan citra yang baru baik menu, harga, maupun kualitas yang ditawarkan. Sehingga konsumen memiliki ketertarikan dalam minat membeli produk gildak
- b. Pada variabel kepercayaan merek. Konsumen ketika mengisi reponden pada butiran ke KM3 yang menunjukkan bahwa gildak kurang memenuhi harapan konsumen, disarankan agar gildak korean food agar lebih meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dengan memenuhi harapan konsumen pada citra rasa dan kualitas produk
- c. Pada variabel persepsi labelisasi halal, agar gildak korean food menyertakan komposisi bahan yang digunakan pada kemasan produk agar konsumen dapat meyakini bahwa persepsi konsumen terhadap gildak korean food benar-benar menggunakan bahan yang aman dan halal.

### 2. Penelitian selanjutnya

- a. Penelitian ini hanya menggunakan konsumen yang beraktivitas di wilayah jakarta timur, peneliti harapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan kriteria yang lebih luas misalnya seluruh DKI Jakarta
- b. Bagi peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel lain seperti Harga, Promosi dan loyalitas pelanggan agar meningkatkan kinerja pada perusahaan