

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan maka label halal tidak memiliki pengaruh terhadap minat membeli. Masyarakat tertarik untuk membeli mie gacoan tidak dipengaruhi oleh label halal, hal ini mungkin terjadi karena kecintaan masyarakat terhadap produk mie dibuktikan dengan jumlah konsumsi mie di Indonesia terbesar kedua setelah China/Hongkong. Kemudian rasa penasaran ingin mencoba produk mie gacoan yang cukup tinggi dikarenakan setiap restoran membuka cabang baru selalu ramai oleh pembeli sehingga meningkatkan minat masyarakat untuk membeli mie gacoan. Serta bahan baku dasar untuk membuat mie tidak mengandung bahan yang haram sehingga masyarakat tidak terlalu mementingkan ada tidaknya label halal dalam sebuah produk. Pendapatan tidak memiliki pengaruh terhadap minat membeli. Minat masyarakat untuk membeli mie gacoan tidak dipengaruhi oleh pendapatan yang diterima. Harga produk yang terjangkau membuat mie gacoan dapat dibeli oleh semua kalangan termasuk para pelajar/mahasiswa. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi atau semakin rendah pendapatan yang diterima oleh seseorang tidak akan memengaruhi minat untuk membeli mie gacoan terutama bagi pelajar/mahasiswa yang masih bergantung kepada orang tua untuk mendapatkan uang. Gaya hidup memiliki pengaruh terhadap minat membeli. Responden pada penelitian ini didominasi usia 17 – 26 tahun dimana pada usia tersebut masih aktif menggunakan sosial media. Produk mie gacoan yang viral di sosial media akan membuat rasa ingin ikut – ikutan tren membeli mie gacoan juga meningkat.

V.2. Keterbatasan Penelitian

Menjalankan penelitian tentunya terdapat keterbatasan, dalam penelitian ini peneliti menemukan keterbatasan yang ditemukan yaitu:

Masih ada variabel tambahan yang dapat digunakan pada penelitian ini, sedangkan peneliti hanya menggunakan tiga variabel bebas. Nilai R-Square yang tidak terlalu tinggi menunjukkan hal ini. Dimana dijelaskan oleh variabel lain sebesar 72,2%, Kualitas produk, *brand ambassador*, dan bahan produk merupakan kemungkinan variabel lain yang dapat mendukung minat membeli.

1. Penggunaan indikator label halal masih terbatas pada dua indikator saja yaitu gambar dan tulisan.
2. Jumlah responden yang didapat pada penelitian ini masih sangat sedikit.
3. Lokasi penelitian terbatas hanya di DKI Jakarta dan pada restoran mie gacoan.

V.3. Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah selesai dilakukan, peneliti memiliki beberapa saran yang disampaikan kepada para pihak terkait. Saran tersebut yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk membahas topik yang sama akan tetapi disarankan untuk menambah variabel lain diluar penelitian ini yang sudah dilakukan. Memperbanyak jumlah sampel dan mempeluas lokasi penelitian untuk memperkuat data penelitian. Menggunakan indikator terbaru jika ingin menggunakan variabel label halal.

2. Bagi masyarakat muslim

Masyarakat muslim hendaknya lebih selektif lagi untuk memilih makanan yang sudah memiliki label halal terutama untuk produk yang belum jelas sudah memiliki label halal atau belum dikarenakan hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa label halal tidak memiliki pengaruh terhadap minat membeli.

3. Bagi mie gacoan

Mie gacoan diharapkan melakukan evaluasi serta inovasi terkait dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Terutama pada variabel gaya hidup yang memiliki pengaruh terhadap minat membeli. Mie gacoan bisa mengadakan event – event atau mengundang reviewer makanan guna meningkatkan minat membeli mie gacoan. Selain itu mie gacoan bisa menjadikan konsumen sebagai sumber masukan dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan. Serta mie gacoan dapat melakukan inovasi produk agar konsumen tetap penasaran dengan produk mie gacoan dan tetap viral di sosial media.