

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1. Simpulan

Kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan diatas mengenai pengaruh dari religiusitas, cita rasa, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh label halal pada mahasiswa jabodetabek dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas dan variabel intervening yang digunakan dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih makanan halal di Jabodetabek yaitu variabel religiusitas, cita rasa, harga, lokasi serta label halal. Variabel religiusitas menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian makanan halal, mahasiswa di Jabodetabek memiliki nilai religiusitas yang tinggi pada dirinya, maka dari itu mahasiswa lebih mengutamakan kehalalan suatu makanan. Variabel cita rasa menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian makanan halal, mahasiswa di Jabodetabek membeli makanan juga berdasarkan selera mereka. Variabel harga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian makanan halal, mahasiswa di Jabodetabek membeli makanan juga melihat dari harganya. Variabel lokasi menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian makanan halal, mahasiswa di jabodetabek membeli makanan juga melihat dari lokasinya, apakah lokasi menjual makanan halal cukup strategis atau tidak.

Variabel label halal menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian makanan halal, mahasiswa di Jabodetabek sebelum membeli makanan halal maka melihat dulu dari adanya logo halal pada tempat yang jual makanan tersebut, karena agar menghindari rasa kekhawatiran mahasiswa dalam mengonsumsi makanan tersebut. Variabel religiusitas menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap label halal. Variabel cita rasa menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap label halal. Variabel harga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap label halal.

Variabel lokasi menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap label halal. Variabel religiusitas yang dimediasi oleh label halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian makanan halal. Variabel cita rasa

yang dimediasi oleh label halal menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel harga yang dimediasi oleh label halal menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel lokasi yang dimediasi oleh label halal menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

V.2. Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan peneliti dalam proses penelitian, diantaranya ialah :

1. Pernyataan yang diajukan kepada responden masih memiliki kekurangan dan adanya pernyataan yang tidak valid untuk dianalisis oleh aplikasi PLS dan hal tersebut mengurangi tingkat akurat dalam penelitian.
2. Variabel bebas dapat ditambahkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan empat variabel bebas. Terdapat 26,7% yang dapat dijelaskan oleh variabel lain.
3. Belum banyak yang membahas label halal sebagai variabel mediasi, makanya untuk peneliti terdahulu masih belum banyak

V.3. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya
Disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk memperdalam topik yang sejalan dengan penelitian ini, dan disarankan untuk menggunakan variabel lainnya diluar dari variabel ini.
2. Bagi Produsen
Dalam menjual makanan dan minuman halal harus lebih menunjukkan kehalalan produk tersebut dengan cara memasang atau menempelkan logo halal
3. Bagi Lembaga
Disarankan untuk BPJPH dan MUI agar memberikan pemahaman yang lebih untuk mahasiswa betapa pentingnya mengonsumsi makanan halal, dan memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait dengan logo label halal