

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah *green marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kuliner bersertifikat halal pada layanan *online food delivery*, hal ini ditunjukkan bahwa konsumen sudah lebih sadar terkait isu dan masalah lingkungan dari setiap aktivitas konsumsi yang dilakukan sehari-hari. Karena dengan *green marketing* konsumen juga merasa lebih nyaman terkait makanan atau minuman yang dibelinya dari sisi kebersihan dan kesehatannya. Kedua, *social media marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kuliner bersertifikat halal pada layanan *online food delivery*. Perkembangan teknologi memudahkan para pelaku usaha untuk memberikan pesan dan informasi kepada konsumen atau pembeli melalui media sosial terkait promo, harga, katalog produk dan hal-hal lainnya yang membuat konsumen semakin mudah berinteraksi dengan pelaku usaha. Keputusan pembelian kuliner bersertifikat halal pada layanan *online food delivery*, memiliki kendala pada *word of mouth* dan *halal awareness* keduanya tidak berpengaruh signifikan. Pada sisi *word of mouth* konsumen akan lebih percaya dengan pengalaman yang mereka lakukan sendiri dalam mengkonsumsi kuliner, selain itu setiap konsumen memiliki referensi tersendiri mengenai cita rasa yang berbeda dengan orang lain sehingga *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Konsumen muslim Jakarta berdasarkan hasil penelitian kurang memperhatikan kesadaran halal dalam menentukan pembeliannya, karena edukasi, sosialisasi dan informasi mengenai pengetahuan halal yang harus dimiliki oleh setiap konsumen muslim, sehingga mereka tidak memasukkan unsur *halal awareness* dalam keputusan pembeliannya. Sehingga perlu adanya perhatian khusus baik dari *green marketing* dan *social media marketing* maupun pada *word of mouth* dan *halal awareness* pada keputusan pembelian kuliner bersertifikat halal pada layanan *online food delivery* di Jakarta untuk meningkatkan jumlah konsumen.

5.2 Keterbatasan

Peneliti dalam menjalankan penelitian memiliki beberapa keterbatasan yang dialami, keterbatasan yang ditemukan pada penelitian ini adalah :

1. Masih terdapat variabel tambahan yang dapat digunakan dalam penelitian ini, karena variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini berjumlah empat variabel bebas. Variabel lain seperti harga, promosi, minat beli dan variabel lain yang berkaitan dengan konsumen.
2. Jumlah responden yang masih terhitung sedikit, hal ini karena waktu yang terbatas dengan didominasi oleh populasi dikalangan mahasiswa dan wanita.
3. Wilayah penelitian hanya berada di provinsi Jakarta sehingga tidak dapat mewakili hasil dengan wilayah dan jangkauan lain yang lebih luas.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan maka, terdapat saran atau masukan kepada pihak terkait, saran dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
Peneliti selanjutnya yang akan meneliti dan membahas topik yang sama, sebaiknya untuk menggunakan dan menambahkan variabel bebas lain selain yang sudah digunakan pada penelitian ini. Selanjutnya wilayah penelitian dapat diperluas seperti JABODETABEK untuk memperkuat hasil penelitian, karena pengguna layanan *online food delivery* semakin banyak seiring dengan kemajuan teknologi.
2. Bagi Pembuat Kebijakan
Pembuat kebijakan diharapkan dapat memaksimalkan dan memperkuat regulasi mengenai kuliner bersertifikat halal agar konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dapat merasa aman terkait produk yang dikonsumsinya. Selanjutnya adalah mempercepat regulasi sertifikasi halal bagi penjual makanan dan minuman untuk mendukung kebijakan halal 2024.
3. Bagi Industri

Pelaku usaha kuliner bersertifikat halal dapat meningkatkan interaksi dengan konsumen dengan meningkatkan kualitas produksi dan memperkuat pemasarannya mengikuti perkembangan zaman.