

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil analisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26 terkait penelitian mengenai “Pengaruh Produk Halal, Religiositas, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Kemitraan Ayam Cepat Saji di DKI Jakarta” maka diketahui terdapat adanya pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian oleh variabel produk halal dan religiositas, dikarenakan adanya keterangan halal pada suatu produk dapat menjamin keamanan serta kualitasnya, sehingga hal tersebut dapat membuat masyarakat tertarik yang mana berpengaruh pada keyakinan atau tingkat religiositas individu dan berdampak pada peningkatan volume penjualan. Kemudian pada variabel harga secara tersendiri tidak memiliki pengaruh yang signifikan, berarti harga yang dimiliki belum mampu bersaing dengan produk sejenis, sehingga perlu adanya peningkatan ciri khas atau pemenuhan kebutuhan konsumen, sehingga harga dapat bersaing dengan produk sejenis lainnya. Jika tidak dilakukan hal tersebut, maka konsumen akan beralih dengan kompetitor serupa.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Ketika menjalankan penelitian ini, peneliti menghadapi beberapa keterbatasan di antaranya :

1. Jangkauan wilayah yang diteliti terbatas karena hanya di DKI Jakarta, sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat diperluas jangkauannya.
2. Responden yang didapat dalam penelitian ini masih belum banyak apabila dipertimbangkan dengan populasi muslim di DKI Jakarta, sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat ditingkatkan total jumlah respondennya.

5.3 Saran

Berdasarkan temuan yang telah dibahas dalam analisis dan ringkasan, peneliti berencana untuk mengemukakan beberapa rekomendasi terkait topik yang telah diselidiki, di antaranya :

1. Dari perspektif teoritis, untuk penelitian berikutnya disarankan untuk memperluas distribusi kuesioner dengan menambah jumlah responden dan memperluas cakupan populasi, bahkan dapat dilakukan di berbagai lokasi yang berbeda. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat melibatkan variabel lain seperti lokasi, mutu produk, citra merek, dan strategi pemasaran.
2. Dalam hal praktis, untuk pelaku UMKM, perlu dilakukan penyesuaian lebih lanjut guna meningkatkan minat pembelian di masa mendatang. Upaya-upaya seperti peningkatan promosi, variasi produk, termasuk beragam jenis saus pada ayam cepat saji, perlu dipertimbangkan untuk menyesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan konsumen. Mempertahankan kehalalan produk UMKM ayam cepat saji yang dapat membangun kepercayaan dan keyakinan konsumen dalam pembelian juga sangat penting. Hasil dari penelitian menyoroti bahwa faktor-faktor seperti kehalalan produk, tingkat religiositas, dan harga perlu direncanakan secara efektif oleh para pelaku usaha atau perusahaan agar dapat meningkatkan jumlah pembelian.