

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu cita rasa, sertifikasi dan kesadaran halal memiliki pengaruh konsumen muslim dalam memutuskan membeli minuman *bubble tea* khususnya pada merek Kokumi dan Xiboba. Cita rasa merupakan dayatarik untuk konsumen dalam memutuskan membeli produk minuman, jika cita rasa yang didapatkan pada produk tersebut memiliki rasa yang lezat dan disukai banyak konsumen, maka mempengaruhi keputusan pembelian. Pelaku usaha diharuskan untuk mempertahankan cita rasa yang sudah ditawarkan dengan konsisten sehingga rasa pada produk yang dijual tidak mengalami perubahan dan konsumen tetap memiliki keyakinan pada produk minuman tersebut melalui cita rasa khususnya dalam minuman *bubble tea* pada *topping bubble* yang memiliki tekstur kekenyalan harus memiliki konsistensi dalam proses pembuatannya pada tingkat kekenyalan *bubble* tidak terlalu lunak ataupun tidak keras sehingga dikonsumsi oleh konsumen. Selain itu sebagai konsumen muslim tentunya akan mencari produk yang telah melakukan proses sertifikasi halal, karena dengan adanya sertifikat halal dapat menjamin kepada konsumen bahwa produk yang dikonsumsi sudah terjamin halal dan aman baik dalam proses pembuatannya hingga bahan baku produk tersebut. Dengan mencari tahu sertifikasi halal produk merupakan salah satu upaya konsumen atas kesadaran halal. Seorang konsumen muslim memiliki kesadaran halal penuh pada produk yang akan dikonsumsinya. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki hasil cita rasa, sertifikasi dan kesadaran halal pada masing-masing variabelnya berpengaruh terhadap keputusan pembelian serta secara bersamaan juga memiliki hasil yang berpengaruh.

#### **5.2. Keterbatasan Penelitian**

1. Masih terdapat 45,9% variabel bebas yang memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.
2. Hanya menggunakan sampel ruanglingkup masyarakat muslim yang berdomisili di jakarta.

3. Keterbatasan waktu dalam mencari responden sehingga hasil yang didapatkan tidak banyak.

### **5.3. Saran**

1. Bagi peneliti selanjutnya apabila ingin mengkaji tema serupa, sebaiknya menambah variabel-variabel selain cita rasa, sertifikasi halal, dan kesadaran halal. Selain itu disarankan untuk memperbanyak responden dan memperluas wilayah penelitian dalam proses penyebaran kuesioner.
2. Bagi pelaku usaha diperlukan adanya suatu inovasi baru untuk meningkatkan keputusan pembelian seperti varian rasa yang lebih beragam, selain itu memperbanyak promosi, dan mencantumkan logo halal lebih besar pada gerai minuman yang dijual. Cita rasa, sertifikasi dan kesadaran halal adalah faktor penting yang harus dipertimbangkan secara matang bagi perusahaan atau pelaku usaha sehingga dapat meningkatkan jumlah pembelian konsumen.
3. Bagi lembaga terkait diharapkan lebih banyak untuk memberikan pelatihan, himbuan ataupun edukasi bagi para pelaku usaha terkait kebijakan-kebijakan yang dapat dilakukan dalam melakukan proses sertifikasi halal agar para pelaku usaha dapat mengikuti aturan yang berlaku dan produk yang mereka jual dapat terjamin halal sehingga konsumen merasa aman saat mengkonsumsinya.