

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Simpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil uji statistik bahwa ketiga variabel, sertifikasi halal, religiositas, dan *celebrity endorsement* memiliki nilai yang berpengaruh dan signifikan. Variabel religiositas memiliki nilai yang paling berpengaruh dan signifikan dikarenakan hal ini menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan aspek keyakinan terhadap agama Islam dalam menentukan produk UMKM kuliner yang akan dikonsumsi, sebagai wujud mengimplementasikan keyakinan tersebut dalam kehidupan sosialnya yang dimana dapat dikatakan bahwa tingkat religiositas konsumen di Jabodetabek tergolong tinggi. Selanjutnya, berdasarkan uji R Square, hasil temuan menunjukkan bahwa ketiga variabel belum mampu menjelaskan secara keseluruhan mengenai keputusan variabel, dimana keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel bebas lain yang tidak disebutkan penelitian ini.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penulisan penelitian ini masih ditemuka rintangan atau kendala yang ada, antara lain :

1. Responden yang didapatkan dari penelitian kali ini masih didominasi oleh konsumen berumur 21-25 tahun terbatas sehingga belum dapat memetakan di kalangan semua umur.
2. Wilayah yang didapat dari hasil responden masih didominasi oleh Jakarta.
3. Masih terdapat tambahan variabel bebas lainnya dimana tidak dibahas dalam penelitian ini yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian.

5.3 Saran

Berdasarkan temuan penelitian yang telah diselesaikan, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat peneliti sampaikan ke beberapa pihak terkait. Pertama, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas atau mempertimbangkan variabel yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, seperti faktor ekonomi atau bahkan faktor sosial yang lebih luas. Selanjutnya, penelitian lain disarankan untuk memperluas cakupan umur responden sehingga tidak didominasi oleh rentang umur tertentu.

Bagi regulator, berdasarkan hasil bahwa sertifikasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka disarankan untuk lebih gencar dalam mengajak pelaku UMKM kuliner untuk memiliki sertifikasi halal bagi produknya. Bagi pelaku UMKM kuliner, pertama dapat memanfaatkan program sertifikasi halal gratis yang dibuat oleh pemerintah untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Kedua, disarankan untuk memanfaatkan promosi yang dilakukan oleh selebriti dengan melakukan telaah mengenai selebriti yang tepat untuk agar sesuai dengan sasaran produk. Bagi konsumen, disarankan untuk lebih memerhatikan terkait dengan sertifikasi halal pada sebuah produk yang dibelinya, apakah itu logo asli atau bukan.