

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Muslim dalam memilih restoran Marugame Udon. Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan konsumen terhadap komitmen restoran dalam memberikan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang mendorong loyalitas. Namun, variabel sertifikasi halal, kepuasan pelanggan, dan persepsi nilai tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Meskipun logo halal memberikan keyakinan tambahan terhadap produk yang ditawarkan, konsumen Jabodetabek tidak sepenuhnya menjadikan sertifikasi halal sebagai faktor penentu loyalitas. Demikian pula, kepuasan pelanggan yang tinggi, seperti minat untuk menjadikan restoran Marugame Udon sebagai pilihan utama, serta persepsi nilai yang baik, seperti pengalaman makan yang menyenangkan di restoran Marugame Udon, belum cukup kuat untuk secara langsung meningkatkan loyalitas konsumen. Temuan ini diperkuat dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa variabel-variabel ini tidak selalu memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas, meskipun terdapat penelitian lain yang menghasilkan temuan berbeda. Penelitian ini menekankan pentingnya membangun kepercayaan konsumen sebagai strategi utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di restoran halal.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang telah diidentifikasi oleh peneliti dalam penelitian ini antara lain:

- a) Variasi responden dalam penelitian ini belum cukup beragam karena karakteristik domisili responden masih didominasi dari wilayah Jakarta dan Bogor, serta mayoritas berasal dari luar wilayah tersebut, serta mayoritas responden berasal dari kalangan mahasiswa dan pegawai swasta. Kondisi ini menunjukkan perlunya peningkatan variasi dalam pengumpulan data. Dengan

melibatkan responden yang lebih banyak, hasil penelitian diharapkan dapat mencerminkan kondisi dan memberikan hasil yang lebih bervariasi mengenai variabel yang ada dalam penelitian ini.

- b) Dalam penelitian ini, terdapat empat variabel yang digunakan oleh peneliti. Variabel lain yang bisa digunakan oleh penelitian selanjutnya dengan topik yang sama yaitu harga, kualitas produk, dan gaya hidup halal.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat saran yang ingin disampaikan, yaitu:

- a) Saran secara teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memperkaya literatur tentang perilaku konsumen Muslim di sektor restoran bersertifikasi halal, khususnya di kawasan Jabodetabek. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan variabel, seperti budaya lokal dan pengaruh media sosial, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif. Selain itu, penggunaan metode longitudinal dapat membantu mengamati dinamika loyalitas konsumen dari waktu ke waktu.

- b) Saran Secara Praktis

Bagi pengelola Marugame Udon, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memperkuat strategi pemasaran, terutama dalam membangun kepercayaan konsumen melalui edukasi kehalalan dan transparansi proses sertifikasi. Fokus pada peningkatan kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan juga dapat mendorong loyalitas yang lebih kuat. Program loyalitas pelanggan berbasis kehalalan, seperti diskon atau penghargaan khusus, dapat menjadi inovasi menarik untuk mempertahankan konsumen.