

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai keputusan pembelian kopi di kedai Starbucks (Tangerang Selatan), maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Label Halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi di kedai Starbucks. Hal tersebut didapat dari hasil penelitian menunjukkan nilai $t_{hitung} 1,109 < t_{tabel} 1,994$ dan nilai signifikan sebesar $0,276 > 0,05$. Ini menunjukkan bahwa persepsi label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi di kedai STARBUCKS bahwa konsumen tidak menggunakan faktor faktor seperti keamanan, keagamaan, kesehatan dan kekhususan untuk melakukan keputusan pembelian kopi di kedai Starbucks. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti.
2. Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi di kedai Starbucks. Hal tersebut didapat dari hasil penelitian menunjukkan nilai $t_{hitung} 3,643 > t_{tabel} 1,994$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kopi di ked ai STARBUCK bahwa konsumen setuju indikator-indikator dari kualitas produk menjadi faktor penentu untuk melakukan keputusan pembelian kopi di kedai Starbucks. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi di kedai Starbucks. Hal tersebut didapat dari hasil penelitian menunjukkan nilai $t_{hitung} 2,430 > t_{tabel} 1,994$ dan nilai signifikan sebesar $0,015 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap

keputusan pembelian kopi di kedai STARBUCKS bahwa konsumen setuju indikator-indikator dari kualitas pelayanan menjadi faktor penentu untuk melakukan keputusan pembelian kopi di kedai Starbucks. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti.

V.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, tentunya peneliti mempunyai beberapa keterbatasan. Keterbatasan tersebut antara lain:

1. Keterbatasan dalam melakukan penelitian secara langsung, pengambilan kuesioner secara langsung dengan responden. Karena terganggu akibat adanya pandemic virus Covid-19 yang terjadi di Indonesia yang dampaknya juga tentu ke wilayah penelitian yaitu Tangerang Selatan, Jawa Banten.
2. Jumlah variabel yang digunakan terbatas hanya Persepsi Label Halal, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian. Oleh karena itu diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel penelitian lain untuk menyempurnakan penelitian ini.

V.3 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah:

1. Saran Bagi Organisasi atau Perusahaan
 - a. Perusahaan Starbucks harus lebih menekankan dalam mengetahui persepsi konsumen dalam hal label halal, karena dalam penelitian ini didapat bahwa persepsi label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Starbucks yang berada di Tangerang Selatan harus lebih mengerti tentang persepsi label halal dari konsumen, sehingga dapat memberikan dampak positif bagi kedua pihak antara perusahaan maupun konsumen.
 - b. Starbucks yang berada di Tangerang Selatan harus mempertahankan kualitas produk yang sudah diberikan kepada konsumen yang sudah dapat timbal balik positif dari konsumen. Diharapkan juga Starbucks yang berada di Tangerang Selatan mampu mengembangkan dan mencari lagi kualitas produk yang sekiranya mampu menjadi daya tarik untuk

Cikal Rivaldi, 2020

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HALAL : Studi Pada Konsumen Starbucks di Tangerang Selatan
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

konsumen agar selalu melakukan keputusan pembelian kopi di kedai Starbucks, sehingga dapat memberikan dampak positif bagi kedua pihak antara perusahaan maupun konsumen.

- c. Starbucks yang berada di Tangerang Selatan harus mempertahankan kualitas yang sudah diberikan kepada konsumen yang sudah dapat timbal balik positif dari konsumen. Diharapkan juga Starbucks yang berada di Tangerang Selatan mampu mengembangkan lagi kualitas pelayanannya yang sekiranya mampu menjadi daya tarik untuk konsumen agar selalu melakukan keputusan pembelian kopi di kedai Starbucks, sehingga dapat memberikan dampak positif bagi kedua pihak antara perusahaan maupun konsumen.
2. Saran bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk melakukan penelitian yang lebih rinci dan spesifik lagi apabila menggunakan variabel yang sama dengan penelitian ini, serta juga lebih teliti dalam menentukan indikator-indikator penelitian sesuai dengan objek dan terutama situasi yang terjadi pada saat penelitian. Dan juga peneliti menyarankan agar menggunakan variable-variabel yang lain dalam penelitian agar penelitian selanjutnya diharapkan dapat menyempurnakan penelitian ini untuk kedepannya.