

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian pustaka dan deskripsi hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab - bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara label halal dengan keputusan pembelian pada warga RW 010 Medan Satria di Kota Bekasi. Hal ini ditunjukkan dari nilai t hitung = 4,794 > t tabel = 1,70 dan hubungan antara variabel label halal dengan keputusan pembelian memiliki persamaan regresi $\hat{Y} = 36,85 + 0,75 X$ yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor label halal (X) akan mengakibatkan kenaikan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,75 skor pada konstanta 36,85

Keputusan pembelian ditentukan oleh label halal sebesar 37,69% dan sisanya sebesar 62,31% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti kualitas produk dan pengetahuan konsumen.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara label halal dengan keputusan pembelian pada warga RW 010 Medan Satria di Kota Bekasi. Hal ini membuktikan bahwa label halal merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Implikasi dari penelitian ini adalah keputusan pembelian kopi luwak *white coffee* dipengaruhi oleh label halal. Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa label halal melalui bersih mempunyai skor dominan palinggi sebesar 25,56%, sedangkan indikator bebas dari alkohol mempunyai skor dominan terendah sebesar 24,45.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam menghadapi keputusan pembelian adalah:

1. Perlu adanya peningkatan kehalalan produk dalam hal pencantuman label halal pada suatu produk, sehingga tidak merugikan konsumen yang membeli dan mengkonsumsi kopi luwak *white coffee*, yang mayoritas konsumennya muslim.
2. Perusahaan sebaiknya mencantumkan label halal pada setiap produknya untuk menginformasikan kehalalan produknya dengan bekerja sama sama dengan pihak berwenang yaitu LP POM MUI, sehingga menjadi pertimbangan konsumen untuk mengambil keputusan dalam pembelian suatu produk.