

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Green Brand Knowledge* dan *Product Assortment* terhadap *Attitude Toward Halal Food* pada produk Snack Kepo. Pada penelitian ini, sudah menjelaskan mengenai fokus dari penelitian yang dilakukan, teori, data dan analisis temuan lapangan yang terdapat pada setiap bab. Berdasarkan data yang diperoleh maka penelitian dapat menyimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Green Brand Knowledge* terhadap *Attitude Toward Halal Food* pada produk Snack Kepo pada pengujian statistik tidak berpengaruh signifikan *Green Brand Knowledge* terhadap *Attitude Toward Halal Food* menunjukkan nilai  $T_{hitung} < T_{tabel}$  ( $1,849 < 5,328$ ) dan tidak signifikan  $> 0,05$  ( $0,067 > 0,05$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya *Green Brand Knowledge* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Halal Food* pada produk Snack Kepo. Ini dapat disimpulkan bahwa tidak berpengaruh signifikan disebabkan adanya kurang pengetahuan produk ramah lingkungan oleh konsumen. Karena konsumen cenderung asal mengkonsumsi produk baik itu ramah lingkungan atau merusak lingkungan. Bagi konsumen dengan adanya sertifikasi halal sudah cukup dan percaya terhadap produk yang mereka konsumsi.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Product Assortment* terhadap *Attitude Toward Halal Food* pada produk Snack Kepo. Hal tersebut dibuktikan dari hasil pengujian statistik pengaruh *Product Assortment* terhadap *Attitude Toward Halal Food* menunjukkan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $10,343 > 5,328$ ) dan tidak signifikan  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya *Product Assortment* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Halal Food* pada produk Snack Kepo. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel *Product Assortment* berpengaruh secara signifikan terhadap *Attitude*

*Toward Halal Food*. Hal ini disebabkan dengan adanya keberagaman produk yang mempengaruhi berperilaku dalam konsumsi makanan yang halal.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka untuk menyakinkan konsumen terhadap *Attitude Toward Halal Food*, disarankan sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan mampu digunakan untuk referensi bagi pihak bagi pihak kampus sebagai acuan penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian berkaitan dengan *Attitude Toward Halal Food* produk makanan, meskipun penelitian ini jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat banyak kekurangan.
2. Bagi pemilik atau Owner Snack Kepo terkait dengan *Green Brand Knowledge* coba ditingkatkan dan mencoba memakai kemasan dengan ramah lingkungan yang dapat didaur ulang serta memberikan wawasan terhadap konsumen begitu pentingnya memakai produk yang ramah bagi lingkungan. Terkait variabel *Product Assortment* Owner bisa berinovasi lebih banyak produk dengan banyak varian baik segi rasa terutama untuk mencoba rasa manis, kebanyakan produk manis, asin, pedas, dan gurih saja.
3. Bagi konsumen yang ingin membeli produk makanan lebih berhati-hati serta menambah wawasan untuk membeli produk makanan yang akan dikonsumsi. Sehingga makanan yang dikonsumsi akan bermanfaat baik bagi tubuh serta lingkungan. Dengan adanya kesadaran konsumen begitu pentingnya pengetahuan akan produk yang akan dikonsumsi memberi dampak berupa kebiasaan atau perilaku yang baik bagi konsumen lainnya.