

BAB V

PENUTUP

Simpulan hasil penelitian serta implikasi penelitian dan saran akan diuraikan pada bab ini. Simpulan ini didasarkan pada hasil analisis data dan akan menjawab permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya sesuai dengan tujuan penelitian ini. Selain itu, implikasi dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

A. Simpulan

Simpulan penelitian dimaksudkan untuk mempermudah pembaca dalam memahami hasil penelitian dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Label Halal dan Strategi Marketing terhadap Minat Beli Konsumen di Gotri Bakery Kudus”, maka dari hasil analisa dan pembahasan di atas dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa label halal (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen (Y). Dapat diketahui dari hasil uji parsial (t_{hitung}) yang telah dilakukan pada masing-masing variabel diperoleh t_{hitung} pada variabel X_1 (label halal) sebesar 4,804 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dilihat dari penghitungan yang telah dilakukan yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan dari hasil koefisien regresi label halal diperoleh 0,408 atau 40,8%.
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi marketing (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen (Y). Dapat diketahui dari hasil uji parsial (t_{hitung}) yang telah dilakukan diperoleh t_{hitung} dari variabel strategi marketing sebesar 5,652 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dilihat dari penghitungan yang telah dilakukan yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dari hasil koefisien regresi strategi marketing diperoleh 0,331 atau 33,1%.

3. Variabel-variabel independen (label halal dan strategi marketing) berpengaruh terhadap variabel dependen (minat beli konsumen) sebesar 52,0% sedangkan sisanya 48,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dari hasil penghitungan menggunakan program SPSS versi 23.0 didapatkan nilai dari $F_{hitung} (54,596) > F_{tabel} (3,09)$ dengan tingkat signifikansi 0,000 yang menunjukkan angka di bawah 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen (label halal dan strategi marketing) terhadap variabel dependen (minat beli konsumen). Dibuktikan dari hasil analisis data pada tabel uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,520 atau 52,0%.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan waktu peneliti sehingga dalam penelitian ini hanya menggunakan dua variabel bebas untuk melihat pengaruhnya terhadap minat beli konsumen Gotri Bakery Kudus padahal masih banyak variabel bebas lain yang belum dimasukkan dalam penelitian ini.
2. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya 100 responden. Sampel tersebut dimungkinkan belum bisa mewakili kondisi populasi pada konsumen Gotri Bakery Kudus. Sampel 100 responden saja peneliti sedikit kesusahan dalam penyebarannya, karena susah dalam mencari responden dan tidak sedikit pula responden yang tidak mau mengisi kuesioner.

C. Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dibuat maka penulis selanjutnya memberikan saran mengenai pengaruh pencantuman label halal dan strategi marketing terhadap minat beli konsumen soes mocaf Gotri Bakery Kudus diantaranya:

1. Bagi produsen Gotri Bakery Kudus:

Daya tarik konsumen produk soes mocaf Gotri Bakery Kudus yang sudah cukup baik pun harus ditingkatkan dengan lebih menarik perhatian konsumen dengan meyakinkan bahwa produknya halal karena mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim yang mengonsumsi makanan halal. Dan diiringi dengan strategi marketing guna mempertahankan konsistensi dalam memberikan pelayanan kepada konsumen agar konsumen mendapatkan kepuasan dan akan kembali lagi untuk melakukan pembelian ulang.

2. Bagi peneliti selanjutnya:

Hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh sebuah informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen

D. Penutup

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT. Karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan skripsi ini namun karena terbatasnya pengetahuan dan kurangnya pengalaman yang penulis miliki maka penulis percaya skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis membuka kritik dan saran yang membangun demi sempurnanya penulisan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi diri pribadi penulis dan umumnya bagi para pembaca. Amin.