

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Islamic branding* dan *religiosity* terhadap *millennial generation behaviour* dalam mengkonsumsi produk berlabelisasi halal di Kabupaten Jepara. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang generasi milenial yang bertempat tinggal di Kabupaten Jepara. Berdasarkan analisis statistik yang telah dilakukan, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. *Islamic branding* berpengaruh terhadap *millennial generation behaviour* dalam mengkonsumsi produk berlabelisasi halal di Kabupaten Jepara. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $4,214 > 1,985$ ) serta nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 sehingga hipotesis pertama (H1) yang menyatakan “diduga *Islamic branding* berpengaruh signifikan terhadap *millennial generation behaviour* dalam mengkonsumsi produk berlabelisasi halal di Kabupaten Jepara” diterima. Artinya semakin baik adanya *Islamic branding* maka *millennial generation behavior* akan semakin meningkat.
2. *Religiosity* berpengaruh terhadap *millennial generation behavior* dalam mengkonsumsi produk berlabelisasi halal di Kabupaten Jepara. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $5,356 > 1,985$ ) serta nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 sehingga hipotesis kedua (H2) yang menyatakan “diduga *religiosity* berpengaruh signifikan terhadap *millennial generation behavior* dalam mengkonsumsi produk berlabelisasi halal di Kabupaten Jepara” diterima. Artinya semakin baik nilai *religiosity* individu maka semakin meningkatkan *millennial generation behavior*.

3. Terdapat pengaruh *Islamic branding* dan *religiosity* terhadap *millennial generation behaviour* dalam mengkonsumsi produk berlabelisasi halal di Kabupaten Jepara. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 89,267 lebih besar dari F tabel 3,09 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan “diduga *Islamic branding* dan *Religiosity* berpengaruh signifikan terhadap *millennial generation behaviour* dalam mengkonsumsi produk berlabelisasi halal di Kabupaten Jepara” diterima. Artinya dengan adanya *Islamic branding* pada produk maka *millennial generation behavior* akan semakin meningkat. Selain itu, semakin baik nilai *religiosity* masing-masing individu maka semakin meningkatkan *millennial generation behavior*.

#### **B. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan, diantaranya yaitu:

1. Sampel yang relatif kecil yaitu 100 responden digunakan untuk hasil penelitian ini.
2. Jangkauan variabel yang diteliti terbatas, sehingga hasil penelitian ini hanya terfokus pada variabel-variabel tersebut.
3. Kendala waktu, biaya, dan personel atau tenaga membuat penelitian ini kurang optimal.

#### **C. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti menyampaikan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan. Adapun saran tersebut antara lain:

1. Bagi pihak produsen atau perisahan diharapkan dapat mencantumkan label halal yang sudah melalui verifikasi terhindar dari unsur berbahaya dan kehalalan oleh lembaga terkait dalam hal ini BPOM dan MUI serta mencantumkan komposisi yang mudah dipahami agar konsumen dapat memahami informasi pada produk.

2. Bagi generasi milenial muslim digarapkan lebih memperhatikan produk yang dikonsumsi mengingat dimasa modern saat ini kita harus lebih selektif dengan sesuatu yang digunakan pada diri kita dan terlebih sebelum merekomendasikannya kepada orang lain.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan *millennial generation behaviour* dalam mengkonsumsi produk berlabelisasi halal, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas tentang faktor apa saja yang dapat mempengaruhi *millennial generation behaviour* selain *Islamic branding* dan *religiosity*.

#### **D. Penutup**

*Alhamdulillah*, puji dan syukur senantiasa kita panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan Rahmat, Taufiq dan Inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ini tanpa hambatan yang berarti. Ini tidak akan mungkin terjadi tanpa berkat dan rahmat-Nya untuk tujuan yang tidak terduga.

Penulisan skripsi ini dilakukan di bawah bimbingan seorang dosen yang terpercaya dan menggunakan prosedur ilmiah yang telah menjadi kontrak penelitian. Namun demikian terdapat kekurangan yang perlu, bahkan dalam karya ini kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang sangat kami tunggu.

Penulis berharap skripsi ini dirahmati oleh Allah SWT. serta dapat bermanfaat dan juga memberikan kontribusi akademik di bidang Manajemen Bisnis syariah. *Aamiin*.