

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Hasil penelitian yang dilakukan untuk melihat pengaruh labelisasi halal, *brand image* dan *product quality* terhadap minat beli produk air minum dalam kemasan (AMDK) merek Le Minerale pada masyarakat muslim di kabupaten Kudus. Sampel penelitian berjumlah 272 responden yang merupakan masyarakat muslim di Kabupaten Kudus yang memiliki minat beli atau yang pernah membeli produk air minum dalam kemasan (AMDK) merek Le Minerale. Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Labelisasi halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk air minum dalam kemasan (AMDK) merek Le Minerale pada masyarakat muslim di Kabupaten Kudus. Hal ini dibuktikan oleh hasil t_{hitung} 4,462 > $t_{tabel} = 1,968$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka semakin bagus tingkat labelisasi halal produk air minum dalam kemasan (AMDK) merek Le Minerale maka semakin tinggi minat beli masyarakat muslim di Kabupaten Kudus.
2. *Brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk air minum dalam kemasan (AMDK) merek Le Minerale pada masyarakat muslim di Kabupaten Kudus. Hal ini dibuktikan oleh hasil t_{hitung} 7,234 > $t_{tabel} = 1,968$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka semakin bagus tingkat *brand image* produk air minum dalam kemasan (AMDK) merek Le Minerale maka semakin tinggi minat beli masyarakat muslim di Kabupaten Kudus.
3. *Product quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk air minum dalam kemasan (AMDK) merek Le Minerale pada masyarakat muslim di Kabupaten Kudus. Hal ini dibuktikan oleh hasil t_{hitung} 8,907 > $t_{tabel} = 1,968$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka semakin bagus tingkat *product quality* produk air minum dalam kemasan (AMDK) merek Le Minerale maka semakin tinggi minat beli masyarakat muslim di Kabupaten Kudus.

Penelitian ini berkontribusi pengaruhnya terhadap minat beli sebesar 56,5% yang dilambangkan dari nilai Adjusted R square sebesar 0,565, dimana faktor yang berpengaruh tersebut ialah labelisasi halal, *brand image* dan *product quality*. Sisanya sebesar 43,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Semakin tinggi nilai labelisasi halal, semakin baik penggunaan *brand image* serta semakin tinggi *product quality* yang dimiliki produk, maka akan semakin banyak pula minat konsumen dalam membeli produk.

B. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Wilayah yang menjadi lokasi penelitian hanya berada pada lingkup warga kota Kudus, maka generalisasi yang diberikan hanya pada lingkup wilayah penelitian.
2. Dalam pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda.
3. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh dari variabel labelisasi halal, *brand image* dan *product quality* saja. Sedangkan masih terdapat banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli.

C. Saran

Berdasar pada hasil penelitian dan analisis data yang sudah dilakukan, membuat peneliti bermaksud menyampaikan sedikit saran kepada beberapa pihak yang terkait yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan Le Minerale
 - a. Perusahaan Le Minerale untuk lebih mengedukasi pengguna air minum dalam kemasan (AMDK) Le Minerale dengan memberikan informasi mengenai kandungan air mineral yang halal. Dengan memberikan informasi mengenai kandungan - kandungan yang halal digunakan sebagai bahan pembuatan air mineral, diharapkan pengetahuan dan kesadaran konsumen akan air mineral yang halal lebih meningkat.

- b. Perusahaan Le Minerale untuk tetap mempertahankan *brand image* yang sudah dimiliki, atau bisa lebih ditingkatkan lagi, dan mampu meningkatkan keunikan merek Le Minerale dibandingkan dengan merek lain seperti variasi produk yang lebih lengkap, dan kegunaan produk dalam mengatasi masalah dahaga, agar konsumen dapat dengan mudah mengenali produk Le Minerale.
 - c. Perusahaan Le Minerale untuk tetap konsisten menjaga mutu kualitas produknya, serta meningkatkannya dan selalu *update* sesuai dengan permintaan pasar.
2. Bagi Konsumen
- a. Bagi konsumen yang akan membeli produk air minum dalam kemasan (AMDK) lebih baik melihat terlebih dahulu apakah produk tersebut sudah ada labelisasi halalnya, apakah bahan - bahan yang digunakan oleh produk tersebut halal agar tidak ada keraguan pada produk tersebut kita pun merasa aman dan terjamin jika menggunakan produk tersebut.
 - b. Konsumen disarankan untuk lebih selektif dan memperhatikan produk yang akan dibeli dengan mencari tahu informasi tentang produk - produk yang halal maupun bahan - bahan yang tidak dianjurkan untuk dikonsumsi, agar dapat menambah wawasan dalam memilih maupun membeli suatu produk untuk dikonsumsi.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Bagi peneliti yang akan membuat penelitian dengan tema permasalahan yang sama, sebaiknya dapat memperluas ruang lingkup penelitian dengan menambah variabel lain diluar penelitian ini seperti variabel gaya hidup, harga maupun *celebrity endorser*.
 - b. Peneliti menyarankan untuk menambah jumlah responden agar dapat memberi informasi terbaru dan cakupannya luas.
 - c. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti minat beli konsumen, misalnya dapat melalui wawancara mendalam terhadap

konsumen sehingga informasi yang diperoleh lebih bervariasi.

D. Penutup

Puji Syukur Alhamdulillahirobbil'alamin, aas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Penulis menyadari dengan sepenuh hati, saat menulis dan membahas skripsi ini masih banyak perlu diperbaiki, baik dari segi bahasa, penulisan, serta sistematika maupun dalam menganalisisnya. Demikian dengan melafalkan do'a semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi yang membaca dan penulis, dan semoga skripsi ini dapat menyumbangkan ilmu pengetahuan yang positif bagi keilmuan Ekonomi Syariah.

