

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Bersumber hasil dari penelitian dan penjabran dari analisis data yang telah dijalankan, mengenai pengaruh promosi, labelisasi halal, inovasi, serta variasi produk pada minat beli maka hasil dari penelitian diperoleh simpulan yakni:

1. Promosi berpengaruh positif serta signifikan pada minat beli *Japanese food* konsumen milenial muslim di Jawa Tengah, dibuktikan oleh hasil $t_{hitung} 8,939 > t_{tabel} = 1,969$, serta dengan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
2. Labelisasi halal berpengaruh positif serta signifikan pada minat beli *Japanese food* konsumen milenial muslim di Jawa Tengah, dibuktikan oleh hasil $t_{hitung} 4,502 > t_{tabel} = 1,969$, serta dengan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. Inovasi berpengaruh positif serta signifikan pada minat beli *Japanese food* konsumen milenial muslim di Jawa Tengah, dibuktikan oleh hasil $t_{hitung} 4,304 > t_{tabel} = 1,969$, serta dengan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
4. Variasi produk berpengaruh positif serta signifikan pada minat beli *Japanese food* konsumen milenial muslim di Jawa Tengah, dibuktikan oleh hasil $t_{hitung} 3,524 > t_{tabel} = 1,969$, serta dengan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Pada penelitian ini punya efek pada minat beli sebesar 39,8%, atau dengan *R Square* (R^2) yaitu sebesar 0,398, dimana faktor yang berpengaruh tersebut yaitu promosi, labelisasi halal, inovasi dan variasi produk, dan untuk 60,2% dipengaruhi oleh faktor lainnya diluar dari penelitian ini.

B. Saran

Bersumber hasil dari penelitian data yang sudah diuraikan. Maka peneliti menyampaikan sedikit saran kepada pihak-pihak terkait pada penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Bagi Produsen *Japanese Food*
 - a. Bagi penjual atau produsen *Japanese food*, disarankan untuk meningkatkan promosi pada produk, misalnya saja sering melakukan promosi tidak hanya secara offline, akan tetapi juga secara online melalui media sosial semenarik mungkin.
 - b. Bagi penjual atau produsen disarankan perlu untuk mencantumkan label halal dari LPPOM-MUI pada produk

makanan yang ditawarkan atau diproduksi, serta perlunya memberikan informasi mengenai bahan yang dipakai dalam proses pembuatan makanan, supaya masyarakat bisa tahu dan tidak merasa ragu apabila ingin mengkonsumsinya.

- c. Bagi penjual atau produsen disarankan inovasi perlu ditingkatkan lagi, dimana persaingan pasar semakin meningkat, salah satunya pada makanan *Japanese*. Serta dalam melakukan inovasi tetap mempertahankan kualitas dari bahan baku yang digunakan baik inovasi pada produk lama atau yang sudah ada sebelumnya, maupun dalam melakukan inovasi membuat produk baru.
 - d. Bagi penjual disarankan terus berupaya melakukan variasi produk, misalnya saja pada makanan yang memakai bahan non-halal, mungkin penjual atau produsen bisa melakukan variasi pada makanan non-halal, agar konsumen muslim bisa mengkonsumsinya tanpa rasa khawatir pada makanan tersebut.
2. Bagi Konsumen
- a. Bagi konsumen, sebelum melakukan pembelian disarankan lebih berhati-hati, serta mlihat terlebih dahulu label halal yang telah dimiliki oleh penjual atau melihat pencantuman label halal pada produk yang ditawarkan.
 - b. Bagi konsumen lebih baik mencari tahu terlebih dahulu, mengenai bahan apa saja yang umumnya dipakai pada makanan yang akan kita konsumsi, supaya tidak salah ketika akan melakukan pembelian
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian dengan memakai topik yang sama, bisa menambah total sampel yang hendak dipakai supaya memperoleh hasil yang lebih maksimal dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.
 - b. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan bisa menambah variabel lainnya yang akan diteliti yang kemungkinan dapat mempengaruhi minat beli.
 - c. Bagi peneliti selanjutnya bisa melengkapi ketidak sempurnaan serta keterbatasan pada penelitian ini, misalkan dengan wawancara langsung kepada konsumen, menambah referensi terkait tema yang sama, serta menambah teori lain yang dapat mendukung penelitian.