

BAB 5

Simpulan dan Saran

1.1 Simpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai Pengaruh pengetahuan dan persepsi terhadap Keputusan Pembelian makanan halal di aplikasi shopeefood peneliti menarik simpulan sebagai berikut:

1. pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian atas dasar pengujian dalam uji linear berganda dan uji t. Dari tiga dimensi yang diujikan pada variabel pengetahuan, seluruh dimensi mendapatkan kategori sangat tinggi pada nilai kontinum yang diujikan terkait manfaat sedangkan dimensi pengetahuan terkait kepuasan memperoleh skor terendah
2. persepsi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, atas dasar pengujian dalam uji linear berganda dan uji t. Dari tujuh dimensi yang diujikan pada variabel persepsi, seluruh dimensi mendapatkan kategori sangat tinggi pada nilai kontinum yang diujikan. Dimensi sikap menjadi dimensi tertinggi Sementara itu, dimensi terendah adalah persepsi situasi
3. pengetahuan dan persepsi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian makanan halal pada aplikasi shopeefood. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil uji f, tetapi berdasarkan uji koefisien determinasi, nilai kategori yang didapatkan adalah lemah. Dimensi perilaku pasca pembelian menjadi dimensi tertinggi Sementara itu, dimensi pencarian informasi dengan perolehan total skor terendah

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai Pengaruh pengetahuan dan persepsi terhadap Keputusan Pembelian makanan halal pada aplikasi shopeefood, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Standarisasi klaim halal pada aplikasi shopeefood dinilai perlu untuk menjamin kehalalan produk yang tersedia. Dengan mempertimbangkan di bentuknya regulasi atau standar prosedur dapat meningkatkan rasa aman konsumen sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian makanan halal pada aplikasi shopeefood.
2. Melakukan evaluasi terkait kepuasan konsumen dalam konsumsi makanan halal, evaluasi yang dimaksud dapat berupa peningkatan kualitas makanan.
3. Pada aplikasi shopeefood menawarkan kemudahan untuk melakukan pemesanan makanan dalam berbagai kondisi dan situasi, hal ini harus berbanding lurus dengan ketersediaan makanan halal di aplikasi pada berbagai kondisi untuk meningkatkan keputusan pembelian
4. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan persepsi memengaruhi keputusan pembelian sebesar 25% . hal menunjukkan 50% lainnya merupakan variabel lain yang tidak diteliti, sehingga perlu penelitian selanjutnya untuk menyempurnakan kekurangan dari penelitian ini

