

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif melalui penggunaan analisis regresi berganda dengan variabel label halal dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian (survei pada pengikut Instagram Mixue Indonesia) maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Gambaran mengenai label halal dapat dilihat dari dimensinya yang meliputi tulisan, gambar, dan kombinasi, serta menempel pada kemasan/toko termasuk dalam kategori baik. Hal ini menjadi gambaran bahwa responden menilai label halal menunjukkan indikasi yang **hampir seluruhnya** sudah berada pada kategori **baik**. Dimensi yang memperoleh skor paling tinggi adalah dimensi menempel pada kemasan/toko, kedua gambar, ketiga kombinasi, sedangkan dimensi yang memperoleh skor paling rendah adalah dimensi tulisan.
2. Gambaran mengenai gaya hidup dapat dilihat dari dimensinya yang terdiri dari aktivitas, minat dan pendapat yang berada pada kategori baik. Hal ini menjadi gambaran bahwa responden menilai gaya hidup menunjukkan indikasi yang **hampir seluruhnya** sudah berada pada kategori **baik**. Dimensi dengan perolehan skor paling tinggi adalah dimensi pendapat, kedua aktifitas, sedangkan dimensi yang mendapatkan skor paling rendah adalah dimensi minat.
3. Gambaran mengenai kinerja keputusan pembelian dapat dilihat dari dimensinya yang terdiri dari: *product choice*, *brand choice*, *dealer choice*, *purchase amount*, *purchase timing* dan *payment method* yang berada pada kategori baik. Hal ini menjadi gambaran bahwa responden menilai keputusan pembelian menunjukkan indikasi yang **hampir seluruhnya** sudah berada pada kategori **baik**. Dimensi dengan perolehan skor tertinggi adalah dimensi *payment method*, kedua *purchase timing*, ketiga *dealer choice*, keempat *brand choice*, kelima *purchase amount*, sedangkan dimensi dengan perolehan skor paling rendah adalah dimensi *product choice*.

4. Label halal berpengaruh signifikan positif dikategori **sedang** terhadap keputusan pembelian pada pengikut Instagram Mixue Indonesia.
5. Gaya hidup memiliki pengaruh signifikan positif dikategori **sedang** terhadap keputusan pembelian pada pengikut Instagram Mixue Indonesia.
6. Label halal dan gaya hidup memiliki pengaruh secara simultan dan parsial dikategori **sedang** terhadap keputusan pembelian pada pengikut Instagram Mixue Indonesia. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi nilai label halal dan nilai gaya hidup maka semakin tinggi juga tingkat keputusan pembelian konsumen Mixue.

## 5.2 Rekomendasi

Penulis memberikan rekomendasi berikut tentang pengaruh label halal dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian, berdasarkan temuan penelitian yang telah dilakukan:

1. Meskipun label halal berada dalam kategori yang baik, beberapa aspek perlu diperbaiki berdasarkan tanggapan paling rendah. Berikut adalah saran yang dapat diberikan penulis tentang hal-hal yang perlu diperbaiki untuk mendapatkan label halal yang lebih baik. Dimensi tulisan memperoleh tanggapan yang paling rendah. Sebelumnya Mixue mendapatkan permasalahan dengan tidak memilikinya sertifikat halal sehingga pada produk maupun toko belum bisa mencantumkan tulisan halal. Dalam hal ini setelah mendapatkan sertifikat halal secara resmi perusahaan perlu memastikan setiap konsumen dapat melihat tulisan halal dengan jelas untuk menunjukkan bahwa produk Mixue sudah halal secara resmi. Hak konsumen atas informasi produk halal sangat penting agar tidak timbul keraguan ketika masyarakat ingin membeli suatu produk, khususnya makanan yang disajikan oleh pelaku usaha. (Nurlaela et al., 2021). Sebagai konsumen muslim juga hendaknya memperhatikan label halal, karena sejatinya seorang muslim harus mengonsumsi produk-produk yang terjamin kehalalannya.
2. Meskipun label halal berada dalam kategori yang baik, beberapa aspek perlu diperbaiki berdasarkan tanggapan paling rendah. Berikut adalah saran yang

Aditia Rohman, 2024

*PENGARUH LABEL HALAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dapat diberikan penulis tentang hal-hal yang perlu diperbaiki untuk mendapatkan gaya hidup yang lebih baik. Dimensi minat memperoleh tanggapan yang paling rendah. Dalam hal ini perusahaan perlu mempertimbangkan kredibilitas, daya tarik personal, dan kesesuaian nilai yang disesuaikan dengan gaya hidup agar pesan promosi dapat disampaikan dengan efektif sehingga meningkatkan minat dan mempengaruhi konsumen untuk memilih produk tersebut (Ningsih, 2021). Selain itu, terdapat satu indikator yang terdapat dalam dimensi pendapat yang mendapat penilaian sangat rendah yakni indikator variasi. Perusahaan hendaklah menghadirkan berbagai varian dan inovasi baru yang dapat dipilih oleh konsumen sehingga konsumen tidak mudah beralih pada pesaing.

3. Meskipun keputusan pembelian berada dalam kategori yang baik, beberapa aspek perlu diperbaiki berdasarkan tanggapan paling rendah. Berikut adalah saran yang dapat diberikan penulis tentang hal-hal yang perlu diperbaiki untuk mendapatkan keputusan pembelian yang lebih baik. Dimensi *product choice* memperoleh tanggapan yang paling rendah, *product choice* mengacu pada konsumen yang memutuskan untuk membeli produk yang memiliki nilai baginya (Kotler, 2016).
  - a. Dalam hal ini perusahaan harus memastikan bahwa konsumen memilih untuk membeli produk atau layanan mereka karena produk tersebut mampu memenuhi dengan baik kebutuhan yang mereka miliki. Dalam dimensi ini terdapat dua responden yang beranggapan bahwa produk Mixue mudah mengalami kerusakan. Perusahaan harus memperhatikan bagaimana produk sampai ke tangan konsumen dengan aman tanpa mengalami kerusakan.
  - b. Selain itu, terdapat tiga responden yang dalam dimensi metode pembayaran dengan indikator kemudahan yang menganggap bahwa metode pembayaran yang disajikan sangat sulit. Dalam hal ini perusahaan harus memperhatikan setiap metode pembayaran agar tidak

ada masalah atau gangguan yang timbul kembali suatu hari nanti dalam metode pembayaran.

4. Hasil penelitian menyatakan bahwa label halal dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, penulis merekomendasikan agar perusahaan Mixue tetap mempertahankan atau bahkan berusaha untuk melakukan peningkatan yang saat ini dimiliki. Upaya untuk memperkuat dan meningkatkan kinerja perusahaan, Mixue harus secara konsisten melakukan inovasi dan desain produk berkualitas tinggi yang sesuai dengan standar. Selain itu, perusahaan harus cermat dalam memilih *campaign* untuk memastikan bahwa mereka tidak hanya menimbulkan ketertarikan dan minat yang tinggi tetapi juga memiliki nilai-nilai yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan.
5. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena sifatnya yang *cross-sectional*, artinya perubahan cepat pada perilaku individu seiring berjalannya waktu dapat terjadi dan tidak dapat dilihat. Selain itu, faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini belum mencakup semua elemen yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, penulis menyarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengembangkan teori serta elemen yang berperan dalam menentukan label halal dan gaya hidup. Selain itu, penulis menyarankan agar penelitian dilakukan dengan fokus pada objek, variabel dan situasi yang lebih khusus untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam.