

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti tentang *Halal Awareness* terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Fuku Ramen Bandung dengan menggunakan metode analisa deskriptif dan verifikatif serta teknik analisis regresi linear berganda, maka penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil rekapitulasi yang telah dilakukan oleh peneliti di Fuku Ramen bahwa variabel *Halal Awareness* yang terdiri dari 4 dimensi yaitu *Halal Exposure*, *Religious Belief*, *Health Reason* dan *Label Halal* berada pada posisi penilaian dengan hasil cukup tinggi, dimana dimensi yang memiliki skor tertinggi adalah *Health Reason*. Hal ini dikarenakan hampir sebagian besar responden yang notabenenya adalah pengunjung restoran Fuku Ramen sangat memperhatikan kesehatan mereka sehingga mereka sangat memilih terhadap makanan apa yang baik dan yang tidak baik untuk dikonsumsi bagi mereka. Makanan yang berlabel halal diketahui banyak orang bahwa terbebas dari kandungan atau zat-zat yang membahayakan tubuh, hal tersebut yang menjadikan *Health Reason* mendapatkan penilaian tertinggi dari responden dan memiliki pengaruh yang positif dalam menentukan keputusan pembelian di Fuku Ramen. Sedangkan hasil skor terendah dari variabel *Halal Awareness* terdapat pada dimensi *Halal Exposure*. Hal ini dikarenakan informasi yang ada tidak mendukung atau terbatas dan informasi kurang jelas sehingga konsumen merasa kurang yakin dan kurang percaya pada informasi yang diberikan.
2. Berdasarkan hasil rekapitulasi yang telah dilakukan oleh peneliti di Fuku Ramen bahwa variabel Keputusan Pembelian yang terdiri dari Pemilihan Produk, Pemilihan Merek, Pemilihan Perantara, Jumlah Pembelian, Waktu Pembelian dan Metode Pembayaran berada pada posisi penilaian dengan hasil cukup tinggi, dimana dimensi yang memiliki skor tertinggi adalah

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

Pemilihan Produk. Hal ini disebabkan karena adanya ketertarikan konsumen untuk mencoba makan ramen di Fuku Ramen dikarenakan review dari beberapa website ternama seperti Tripadvisor, Google Review dan OpenRice yang menyatakan bahwa menu ramen yang terdapat di Fuku Ramen sangat direkomendasikan, selain rasanya yang memang enak menu yang disajikan pun merupakan ramen halal. Sedangkan hasil skor terendah terdapat pada dimensi waktu pembelian dan metode pembayaran. Waktu pembelian mendapat nilai rendah dikarenakan sebagian besar konsumen Fuku Ramen adalah mahasiswa dan pegawai kantor sehingga mereka hanya berkunjung di hari libur yang notabene hanya dua hari dalam seminggu. Hal ini menjadikan tingkat waktu pembelian mendapatkan nilai yang rendah. Sedangkan untuk metode pembayaran indikator yang mendapatkan nilai rendah adalah pembayaran non tunai. Sebagian besar konsumen Fuku Ramen adalah mahasiswa dan mereka selalu membayar tunai langsung di tempat, sangat jarang sekali menggunakan kartu debit ataupun kartu kredit. Para pegawai kantor juga lebih sering membayar uang tunai langsung dikarenakan prosesnya yang cepat dan tidak rumit menggunakan kartu kredit ataupun kartu debit.

3. Berdasarkan hasil rekapitulasi yang telah dilakukan oleh peneliti diketahui bahwa variabel bebas yaitu *Halal Awareness* yang terdiri dari *Halal Exposure*, *Religious Belief*, *Health Reason* dan *Label Halal* secara simultan dan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Fuku Ramen.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pengaruh *Halal Awareness* terhadap Keputusan Pembelian pada restoran Fuku Ramen yaitu sebagai berikut :

1. Pengaruh Halal sebagai kesadaran seseorang dalam memilih makanan dan minuman dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, namun tentunya dalam hal ini masih terdapat kekurangan terutama pada dimensi *Halal Exposure* yang memiliki nilai terendah dibanding dimensi lainnya.

Putri Mutiara Hanyfa, 2019

PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN FUKU RAMEN BANDUNG (SURVEI TERHADAP KONSUMEN DI RESTORAN FUKU RAMEN)

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

Halal Exposure adalah suatu pemaparan tentang sudut pandang mengenai halal yang berupa informasi agar konsumen tertarik untuk datang ke perusahaan tersebut. Indikator yang terdapat pada dimensi ini adalah ketersediaan segala informasi tentang restoran tersebut dari dalam maupun luar restoran yang meliputi informasi dari karyawan restoran, informasi dari review blog ataupun informasi dari media sosial twitter. Dalam hal ini, rekomendasi yang disarankan oleh peneliti kepada pihak perusahaan adalah untuk selalu memperbaharui informasi terkait *event*, promosi ataupun info tentang kehalalan produk Fuku Ramen dan membuat media sosial tambahan seperti facebook atau instagram agar konsumen semakin tertarik mencoba makan di Fuku Ramen. Pembuatan website juga disarankan untuk menunjang kemenarikan Fuku Ramen, artinya jika pengunjung dapat melihat atau mengakses situs resmi dari restoran Fuku Ramen maka kepercayaan konsumen akan informasi yang diberikan semakin meningkat dan akan berdampak pada tingkat pembelian mereka untuk datang ke Fuku Ramen yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian langsung ke restoran Fuku Ramen.

2. Keputusan pembelian pada restoran Fuku Ramen mendapatkan nilai yang cukup tinggi. Indikator yang paling rendah di dimensi ini adalah waktu pembelian dan metode pembayaran. Untuk itu saran dari peneliti untuk perusahaan adalah cobalah bekerja sama dengan pihak bank tertentu sehingga pihak konsumen yang melakukan pembayaran dengan kartu kredit atau kartu debit dapat diskon atau poin (program tertentu dari bank tersebut). Hal itu dapat menarik minat konsumen yang berkunjung. Pelayanan yang melakukan pembayaran secara tunai pun pelayanannya terus ditingkatkan lagi. Untuk meningkatkan waktu pembelian di saat weekday maupun weekend disarankan agar membuat program promosi seperti diskon kartu pelajar/mahasiswa. Khusus untuk pegawai kantoran atau konsumen umum disarankan untuk membuat program promosi saat weekend di jam tertentu sehingga menjadi menarik massa yang datang ke

Fuku Ramen. Hal ini tentunya harus dibantu dengan promo melalui media sosial yang menunjang dan *up-to-date*.

3. Tingginya kesadaran halal tidak terlepas dari peran label halal. Untuk itu perusahaan senantiasa harus tetap menjaga dan terus memperbaharui label halal agar konsumen semakin tidak khawatir ketika mengunjungi restoran Fuku Ramen. Seluruh karyawan pun diharapkan selalu menjaga SOP dan prinsip-prinsip pelayanan yang telah diterapkan sejak lama oleh Fuku Ramen. Disamping itu dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian harus diimbangi dengan informasi-informasi yang *reliable* dan terpercaya serta pembaharuan informasi sangat penting sehingga dapat meningkatkan jumlah pembelian.
4. Setiap penelitian tentunya memiliki kekurangan dan keterbatasan. Begitu juga dengan penelitian ini yang memiliki kekurangan dan keterbatasan karena hanya dilakukan pada konsumen individu muslim yang datang ke Fuku Ramen. Para peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian tentang *halal awareness* pada keseluruhan restoran yang ada di Bandung dan mengambil sampel seluruh masyarakat Bandung, atau mengenai kepuasan pelanggan serta loyalitas konsumen pada restoran Fuku Ramen.