

BAB V

SIMPULAN IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Tingkat *Halal Awareness*, *Electronic Word of Mouth*, dan kualitas produk berada pada kategori yang tinggi. Hal berikut diikuti dengan keputusan pembelian konsumen Mie Gacoan yang tinggi, artinya bahwa *Halal Awareness*, *Electronic Word of Mouth*, kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen Mie Gacoan sudah baik.
2. Tingkat *Halal Awareness* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kesadaran halal seseorang tidak berpengaruh dalam memutuskan pembelian produk Mie Gacoan di wilayah Bandung Raya. Artinya menunjukkan apabila *Halal Awareness* seseorang menurun atau bertambah maka tidak akan berpengaruh menurunkan keputusan pembelian seseorang terhadap produk Mie Gacoan. Hal tersebut menunjukkan konsumen Mie Gacoan memahami kesadaran akan pentingnya suatu produk halal namun tetap membeli produk Mie Gacoan yang belum tersertifikasi halal oleh BPJPH MUI.
3. Tingkat *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketika produk Mie Gacoan tersebar masif di sosial media, dan berbagai ulasan, baik itu positif maupun negatif yang ditampilkan pada platform e-commerce seperti *GoFood*, *ShopeeFood*, dan lain-lain berpengaruh signifikan kepada keputusan konsumen untuk membeli produk Mie Gacoan yang berada di wilayah Bandung Raya.
4. Tingkat kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk yang dihadirkan oleh outlet Mie Gacoan di wilayah Bandung Raya sudah sesuai dengan kebutuhan dan kepuasan pelanggannya. Harga yang diberikan pun terjangkau bagi masyarakat umum yang ingin

menikmatinya. Serta, memiliki aroma dan cita rasa yang khas dibandingkan kompetitornya.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, implikasi dari penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu implikasi teoritis dan implikasi praktis. Implikasi dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis, hasil dari penelitian ini terdapat perbedaan khususnya antara variabel *Halal Awareness* dengan variabel *Electronic Word of Mouth* dan kualitas produk. Hal tersebut ditunjukkan dengan variabel *Electronic Word of Mouth* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan, tetapi berbeda dengan variabel *Halal Awareness* yang tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan. Sehingga untuk variabel *Electronic Word of Mouth* dan kualitas produk sudah sesuai dengan teori yang sudah ada, namun dengan variabel *Halal Awareness* terdapat perbedaan dengan teori dan hasil dari penelitian ini.
2. Secara praktis, implikasi dari penelitian ini adalah untuk PT Pesta Pora Abadi yang menaungi produk Mie Gacoan dan para UMKM umumnya untuk sertifikasi halal bagi produknya yang belum mendapatkan sertifikasi dan label halal. Melihat dari hasil penelitian ini bahwa mayoritas masyarakat di wilayah Bandung Raya kurang memiliki kesadaran halal terkait suatu produk yang belum disertifikasi halal, namun tetap ingin menikmati produknya. Implikasi lain dari hasil penelitian ini untuk di pertimbangkan ialah dukungan dari pemerintah dan MUI untuk memberikan edukasi kepada masyarakat terkait pentingnya kesadaran halal untuk produk yang belum mendapatkan sertifikasi halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal MUI.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, rekomendasi yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk pihak PT Pesta Pora Abadi diupayakan mengajukan dan mendapatkan sertifikasi halal dari BPJPH MUI secepatnya, dengan salah

satunya mempertimbangkan penamaan produk yang diberikan sesuai dengan ketentuan HAS 23000 dari MUI terkait penamaan produknya agar masyarakat Muslim bisa menikmati produk Mie Gacoan dengan produk yang sudah tersertifikasi halal.

2. Untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti di bidang yang sama, agar lebih mengembangkan variabel penelitian lain yang sesuai, seperti sertifikasi halal, *Halal Brand Awareness*, logo halal serta menggunakan indikator yang lebih beragam. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menambahkan serta memperluas lagi wilayah populasi penelitian beserta jumlah sampel penelitiannya.
3. Bagi pemerintah terkait, seperti *stakeholder*, BPJPH MUI dan jajarannya yang bergerak di bidang sertifikasi halal dan edukasi terkait pentingnya sertifikasi halal, agar memberikan modul atau artikel kepada masyarakat terkait urgensinya kesadaran produk halal maupun yang belum tersertifikasi halal. Hal tersebut dapat mendorong kepedulian masyarakat betapa pentingnya literasi kesadaran halal akan suatu produk makanan dan minuman baik yang sudah tersertifikasi halal atau yang belum, walaupun produk yang belum tersertifikasi halal terhindar dari babi, najis dan turunannya.
4. Bagi masyarakat umumnya dan konsumen Mie Gacoan khususnya yang berada di wilayah Bandung Raya untuk selalu memerhatikan sertifikasi halal suatu produk sebelum membelinya agar pemahaman akan kesadaran halal tidak hanya pada pemahaman saja namun juga dalam tindakan.

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Variabel penelitian yang terbatas, yakni hanya terdapat empat variabel saja, yakni variabel tingkat *Halal Awareness*, *Electronic Word of Mouth*, kualitas produk dan keputusan pembelian.
2. Ruang lingkup penelitian masih terbatas yakni hanya berada di wilayah Bandung Raya, yang meliputi Kota Bandung, Kota Cimahi, Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat. Maka untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas ruang lingkup penelitian atau wilayah

tertentu yang belum di teliti dari penelitian sebelumnya dan terdapat cabang outlet Mie Gacoan di wilayah tersebut.

3. Jumlah sampel penelitian masih terbatas, yakni hanya sekitar 174 responden. Maka untuk peneliti selanjutnya untuk menambahkan jumlah sampel penelitian dengan penyesuaian penyebaran ruang lingkup penelitiannya.