

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Simpulan

Dari data penelitian yang telah dilaksanakan terkait judul pengaruh *ewom* dan label halal terhadap keputusan pembelian produk Mixue, berikut ini adalah simpulannya:

1. Penelitian ini memberi hasil bahwa *ewom* berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Pemasaran yang memanfaatkan media sosial yang didalamnya berisi informasi pengalaman menggunakan suatu produk/jasa dapat memberi dampak pada keputusan pembelian seseorang. Pihak perusahaan/*brand* harus cermat dalam memberikan informasi kepada audiens agar bisa diterima dengan baik. *Ewom* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk karena memudahkan konsumen untuk mengakses informasi mengenai suatu produk melalui jejaring media sosial, sehingga dengan informasi yang dikumpulkan konsumen dapat berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen sehingga dapat memicu keputusan pembelian yang memberikan dampak pada penjualan produk. Indikator *ewom* yang paling berpengaruh dalam penelitian ini yaitu sering mengakses informasi produk melalui media sosial.
2. Penelitian ini memberi hasil bahwa label halal tidak memengaruhi keputusan pembelian. Hal ini berarti masyarakat tidak mempertimbangkan label halal sebelum melakukan keputusan pembelian. Hal ini bisa terjadi karena Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama islam diwajibkan mengonsumsi makanan yang halal dan didukung oleh aturan perundang undangan yang menegaskan bahwa produk yang datang, tersebar luas, dan dijual-belikan diseluruh Indonesia harus telah mendapatkan sertifikat halal sehingga masyarakat tidak terlalu memperhatikan label halal pada sebuah produk.

3. Variabel *ewom* dan label halal diuji simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Dengan adanya *ewom* informasi sebuah produk bisa didapatkan dengan mudah. Label halal dapat membuat konsumen merasa yakin dan aman untuk membeli sebuah produk.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Implikasi yang terdapat pada hasil penelitian ini yaitu dengan perkembangan dunia digital, *ewom* dapat dijadikan media pemasaran dan memudahkan konsumen dalam melakukan pencarian informasi mengenai produk. Selain itu label halal juga akan menambah nilai sebuah produk yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen untuk membeli dan mengonsumsi produk. *Ewom* dan label halal memiliki peran penting dalam menumbuhkan rasa percaya konsumen sehingga dapat meningkatkan keputusan untuk membeli produk sehingga dapat meningkatkan penjualan.

## 5.3 Rekomendasi

Rekomendasi yang didasari hasil penelitian ini yaitu:

1. Bagi perusahaan
  - a. Hasil penelitian ini perusahaan dapat mempertimbangkan kembali faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen berupa *ewom* dan label halal.
  - b. Perusahaan disarankan agar dapat meningkatkan informasi terbaru seputar produk melalui media sosial yang dikemas secara menarik sehingga dapat menimbulkan *ewom* positif dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya
  - a. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini bisa dijadikan referensi mengenai materi perkuliahan terkait pemasaran khususnya di bidang pemasaran digital dan bisnis syariah.

- b. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu menambahkan variabel baru yang belum banyak diteliti atau mengkaji judul agar bisa diteliti lebih dalam.