

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis 1 dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor relatif dan kontekstual terhadap perilaku pembelian konsumen muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta. Maka hipotesis 1 penelitian ini diterima
2. Hasil pengujian hipotesis 2 dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor relatif dan kontekstual terhadap perilaku pembelian konsumen muslim dengan religiusitas sebagai variabel moderasi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Maka hipotesis 2 penelitian ini ditolak

B. Keterbatasan Penelitian

Seperti halnya dalam penelitian lain, penelitian ini tidaklah sempurna. Masih banyak keterbatasan-keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini. Adapun keterbatasan penelitian tersebut yaitu:

1. Objek dalam penelitian ini terbatas hanya menggunakan Daerah Istimewa Yogyakarta, itu juga peneliti melakukan penyebaran terbatas hanya di Kota Yogyakarta dan Kabupaten Bantul sehingga penelitian ini belum dapat di generalisasikan.

2. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan kuesioner. Penggunaan kuesioner ini beresiko memiliki tingkat bias yang tinggi karena responden tidak menjawab sesuai keadaan sesungguhnya.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan masalah yang telah di uraikan di atas, maka dari hasil penelitian ini peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Dengan melihat hasil analisis data yang dilakukan maka terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor relatif dan kontekstual serta terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap perilaku pembelian konsumen muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan begitu diharapkan penduduk muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta ketika membeli produk ataupun jasa yang dibutuhkan selalu bertimbang pada prinsip-prinsip islam. Konsumen muslim juga diharapkan selalu menggunakan atau loyal terhadap produk atau jasa yang memberikan nilai sesuai dengan aturan islam.
2. Untuk produsen dari setiap produk baik fashion, makanan, dan produk atau jasa lainnya, mengacu pada hasil penelitian ini dimana religiusitas berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen muslim maka produsen dapat mempertimbangkan strategi penjualan dengan memberikan nilai sesuai ajaran islam.
3. Untuk dinas kesahatan, dewan MUI dan pemerintah diharapkan lebih intens untuk mensosialisasikan kepada produsen yang ada di Daerah Istimewa

Yogyakarta agar berstandarisasi halal, karena mayoritas penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta adalah pemeluk agama islam.

4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen muslim. Peneliti selanjutnya juga dapat menganalisis perilaku pembelian dari agama lain selain islam dalam mempengaruhi perilaku pembeliannya, selanjutnya dapat membandingkan mana agama yang memiliki nilai kuat yang mempengaruhi keputusan pembeliannya berdasarkan tingkat religiusitas agama masing-masing.
5. Teknik pengumpulan data yang digunakan dapat ditambahkan dengan menggunakan wawancara, sehingga memberikan jawaban yang lebih mendalam mengenai topik penelitian dan memberikan hasil penelitian yang lebih akurat. Obyek yang digunakan dalam penelitian selanjutnya juga dapat diperluas, sehingga hasil penelitiannya dapat digeneralisasikan untuk keseluruhan populasi.