

## **BAB V**

### **SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

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

1. Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen pada produk Mie Samyang di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Norma religius berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen pada produk Mie Samyang di Daerah Istimewa Yogyakarta
3. Pengetahuan produk yang baik tidak berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap niat beli konsumen pada produk Mie Samyang di Daerah Istimewa Yogyakarta.
4. Norma religius berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen pada produk Mie Samyang di Daerah Istimewa Yogyakarta,
5. Sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli pada produk Mie Samyang di Daerah Istimewa Yogyakarta.
6. Sikap konsumen pada produk Mie Samyang di Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki peran untuk memediasi pengaruh pengetahuan produk terhadap niat belinya.
7. Sikap konsumen pada produk Mie Samyang di Daerah Istimewa Yogyakarta tidak memiliki peran untuk memediasi pengaruh norma religius terhadap niat beli konsumen.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Pada saat penelitian dilakukan, penulis telah berusaha dengan maksimal untuk mencapai hasil yang diharapkan, akan tetapi masih terdapat beberapa faktor yang menjadi keterbatasan atau hambatan pada penelitian ini. Adapun keterbatasan pada penelitian ini yaitu:

1. Peneliti hanya mendapatkan sebanyak 131 sampel dari seluruh konsumen yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan jumlah responden untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
2. Pada penelitian ini hanya menggunakan variabel Pengetahuan Produk, Norma Religius, Sikap dan Niat, namun sebenarnya masih terdapat variabel-variabel lain yang dapat memberikan kualitas model dan daya prediksi lebih baik.

## **C. Saran.**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan simpulan yang dipaparkan, maka saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian yang menggunakan lebih banyak responden hingga mendekati jumlah 200 responden dan dilakukan di lokasi yang berbeda.
2. Disarankan untuk menambah variabel-variabel dalam model penelitian untuk memperoleh kualitas model dan daya prediksi yang lebih baik, misalnya seperti menambah variabel Persepsi Harga dan Promosi.

3. Bagi perusahaan yaitu Samyang Foods Inc. sebaiknya tetap menjaga kualitas dan kehalalan produk dan meningkatkan promosi yang mengedepankan manfaat serta jaminan sertifikasi halal. Bagi produk yang ingin menasar konsumen Muslim diperlukan beberapa syarat agar produk tersebut dapat memberikan kesan positif dan diterima.