

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh label halal, religiusitas, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk makanan merek Internasional yang dilakukan pada Mahasiswa S1 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan halal merek Internasional. Produk yang memiliki label halal akan lebih meningkatkan konsumen dalam keputusan pembelian produk makanan merek Internasional.
2. Religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan tinggi atau rendahnya religiusitas konsumen tidak mempengaruhi dalam keputusan pembelian produk makanan merek Internasional.
3. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi citra merek suatu produk maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain sebagai berikut:

1. Sampel atau responden pada penelitian ini terbatas pada ruang lingkup mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sehingga belum dapat mewakili seluruh konsumen produk makanan merek Internasional di Yogyakarta lainnya.
2. Penelitian ini hanya menjelaskan tiga variabel yaitu label halal, religiusitas, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk makanan merek Internasional di Yogyakarta.

C. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Saran untuk penelitian yang akan datang
 - a. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan responden yang lebih luas dan tidak hanya dalam lingkup satu Universitas, agar mendapatkan hasil yang lebih akurat.
 - b. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya menambahkan variabel-variabel lainnya seperti promosi, harga, rasa dan lainnya agar dapat memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh pada keputusan pembelian produk makanan.

2. Saran untuk perusahaan

- a. Perusahaan harus terus mempertahankan label halal MUI pada produk produknya sebagai salah satu strategi marketing yang dapat menambah nilai bagi konsumen, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan tersendiri pada produknya. Hal ini juga dapat menampik isu-isu yang banyak beredar tentang produk makanan merek Internasional yang diduga mengandung bahan-bahan yang tidak diperbolehkan dalam syariat Islam.

- b. Perusahaan diharapkan untuk dapat terus meningkatkan dan mempertahankan citra merek bagi perusahaan itu sendiri. Tidak hanya dari segi kenyamanan tempat yang disajikan namun juga diikuti dengan inovasi menu dan cita rasa. Keduanya adalah komponen yang terbukti mampu menjadikan konsumen semakin loyal untuk memutuskan dalam pembelian sebuah produk makanan.