

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab sebelumnya, maka penulis dapat mendeskripsikan kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara labelisasi halal terhadap keputusan konsumen. tingkat keputusan pembelian masyarakat Desa Ngulak III berada pada kategori tinggi. Faktor yang menjadi pendukung tingginya labelisasi halal produk Ottogi yeul ramen yaitu adanya indikator labelisasi halal yang dapat menjadi pertimbangan masyarakat untuk membeli Ottogi yeul ramen.
2. Berdasarkan penelitian didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara variabel harga terhadap keputusan konsumen. tingkat keputusan pembelian Masyarakat Desa Ngulak III berada pada posisi standart. faktor yang menjadi pendukung pembelian produk Ottogi yeul ramen yaitu adanya indikator Harga yang dapat menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk menilai antara harga ottogi yeul ramen dengan mie instan lainnya.
3. Berdasarkan penelitian didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi terhadap keputusan konsumen. tingkat keputusan pembelian masyarakat meningkat hal ini disebabkan karena adanya indikator persepsi yang dapat mempengaruhi dan menjadi pertimbangan masyarakat untuk membeli Ottogi yeul ramen.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Positif antara labelisasi halal dan persepsi masyarakat, dan Harga berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk Ottogi yeul ramen di Desa Ngulak III. Adapun faktor yang menjadi pendukung tingginya tingkat keputusan pembelian adalah dari indikator

pembelian yang merupakan proses transaksi yang dihasilkan keyakinan dan kepercayaan para pembeli.

B. Saran

Berdasarkan temuan

peneliti, kajian teoritis, dan kesimpulan maka penulis memberikan saran-saran, sebagai berikut :

1. Labelisasi halal yang ada pada kemasan Ottogi yeul ramen hendaknya diperbaiki lagi yang berkaitan dengan letak, dan komposisi produk agar dapat lebih diketahui oleh masyarakat sehingga tidak menimbulkan pro dan kontra antara penjual dan pembeli.
2. Harga produk Ottogi yeul ramen cenderung lebih tinggi di bandingkan mie instan lainnya, sehingga memberikan pertimbangan bagi masyarakat Desa untuk mengambil keputusan pembelian. Selain itu Ottogi yeul ramen juga memiliki varian rasa sehingga dapat menjadi acuan produk Ottogi yeul ramen agar lebih dikenal.
3. Persepsi dari sekelompok masyarakat dapat menjadi penilaian bagi masyarakat lain dalam mengambil keputusan pembelian produk Ottogi yeul ramen.