

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pencantuman Label Halal Dan Strategi Pemasaran Terhadap Pembelian Kopi Robusta Pada Masyarakat Desa Talang Jawa Kec.Tebing Tinggi Kab. Empat Lawang, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Pengaruh labelisasi Halal sangat berpengaruh terhadap pembelian keputusan konsumen, Dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan atau sertifikasi label halal, maka Hal ini menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya ketika label halal menjadi kepercayaan perusahaan maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Oleh karena itu label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Pencantuman label halal produk dilakukan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen muslim,
2. Strategi yang digunakan dalam pemasaran produk kopi robusta ini, yaitu : melalui sosial media (*Market Place*), spanduk, serta berdasarkan 4 (Empat) kategori : Produk (Product), harga (Price), Tempat (Place), Promosi (Promotion).

5.2 Saran Kesimpulan

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, ada beberapa saran-saran untuk menjadikan bahan pertimbangan bagi penulis

1. Bagi produsen

Diharapkan kepada seluruh Produsen yang belum memiliki Label halal, agar sebaiknya mengurus proses pembuatan sertifikat Label Halal tersebut. Karena, label halalla berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya ketika label halal menjadi kepercayaan perusahaan maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Oleh karena itu label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen

2. Bagi konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan yang bermanfaat bagi konsumen atau calon konsumen, supaya konsumen lebih berhati-hati atau lebih memperhatikan produk yang hendak di beli