

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan kepada konsumen produk *Mixue Ice Cream & Tea*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Sertifikasi Halal (X1) dan *Electronic Word Of Mouth* (X2) secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dibuktikan pada uji F yang memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang artinya  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak. Besarnya pengaruh sebesar 0,569 atau 56,9% dan sisanya sebesar 43,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Sertifikasi Halal (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Hal ini dibuktikan dalam uji T yang memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang artinya  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak. Besarnya pengaruh sebesar 0,073 atau 7,3% dan sisanya sebesar 92,7 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Electronic Word Of Mouth* (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Hal ini dibuktikan dalam uji T yang memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang artinya  $H_3$  diterima. Besarnya

pengaruh sebesar 0,583 atau 58,3 dan sisanya sebesar 41,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data di atas, maka yang dapat peneliti sarankan untuk keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream & Tea adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan penjualan serta mengenai penyebaran informasi produk Mixue *Ice Cream & Tea* sudah cukup tinggi, disarankan perusahaan Mixue *Ice Cream & Tea* melakukan sosialisasi pada logo halal dengan mencantumkan di pintu tiap gerai dan pada kemasan produk, agar informasi mengenai produk Mixue *Ice Cream & Tea* bisa meyakinkan konsumen dan tidak memberikan tanggapan negatif di sosial media mengenai sertifikasi halal, serta dapat teratasi pula *electronic word of mouth* yang beredar di masyarakat.
2. Sertifikasi Halal terbukti masih rendah terhadap Keputusan Pembelian pada produk Mixue *Ice Cream & Tea*. Disarankan agar, perusahaan Mixue *Ice Cream & Tea* harus lebih meyakinkan konsumen untuk menghindari dari rasa khawatir agar memberikan kepercayaan pada konsumen supaya tidak ragu untuk membeli produk Mixue *Ice Cream & Tea*.
3. *Electronic Word Of Mouth* cukup tinggi terhadap Keputusan Pembelian produk Mixue *Ice Cream & Tea*. Oleh karena itu, perusahaan Mixue *Ice Cream & Tea* harus dapat memperluas informasi positif agar informasi bisa

didapatkan dengan mudah sehingga konsumen yang telah melakukan pembelian dapat membagikan pemikiran mereka tentang pengalaman mereka dengan produk *Mixue Ice Cream & Tea* dan dapat membuat konsumen merasa aman dan yakin pada kualitas produk *Mixue Ice Cream & Tea*.

