

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk melihat apakah dan bagaimana labelisasi halal, harga dan kualitas produk mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk. Setelah menyelesaikan semua uji, penulis dapat menentukan yang berikut ini:

1. Labelisasi halal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon Bekasi dikarenakan sebagian konsumen belum memahami secara teliti mengenai kegunaan label untuk mengetahui produk makanan maupun minuman yang dibeli sudah halal atau tidak sehingga membuat sebagian konsumen mempertimbangkan minatnya untuk membeli produk tersebut.
2. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon Bekasi. Ai-Cha Ice Cream & Tea memiliki harga yang sangat terjangkau diberbagai kalangan sehingga mempengaruhi minat konsumen untuk membelinya. Disisi lain, untuk setiap harga yang ditawarkan Ai-Cha Ice Cream & Tea ini sudah sesuai dengan manfaat yang dirasakan langsung oleh para konsumen baik itu fasilitas maupun manfaat dari produknya.

3. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon Bekasi. Kualitas produk yang ditawarkan oleh Ai-Cha Ice Cream & Tea ini terbilang cukup bagus dalam segi segmentasinya. Disisi lain, Ai-Cha Ice Cream & Tea ini memiliki daya tarik dari beragam menu dan rasa yang tentunya berbeda dengan es krim lainnya. Citra rasa, warna dan tekstur yang Ai-Cha Ice Cream & Tea berikan mempunyai citra rasa yang unik serta disesuaikan dengan bermacam warna pada menunya.
4. Labelisasi halal, harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon Bekasi. Meskipun labelisasi halal pada produk Ai-Cha Ice Cream & Tea masih dalam tahap proses pembuatan, hal ini tidak membuat minat konsumen menurun untuk terus-menerus membeli produk tersebut dikarenakan Ai-Cha Ice Cream & Tea memiliki harga yang relatif murah dengan kualitas produk yang memiliki daya tarik yaitu memiliki beragam menu dan rasa yang dapat dipilih. Tidak hanya itu, konsumen seringkali secara tidak langsung mempromosikan produk tersebut melalui akun media sosial pribadinya sehingga Ai-Cha Ice Cream & Tea ini tetap dapat eksis.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan pengalaman langsung peneliti dengan proses penelitian, terdapat kendala-kendala tertentu yang dialami serta terdapat beberapa komponen yang dapat lebih diperhatikan untuk lebih menyempurnakan dan

memperbaiki dalam penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Faktor penentu yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel (labelisasi halal, harga dan kualitas produk), namun masih luas faktor tambahan yang mempengaruhi minat beli konsumen.
2. Adanya kendala-kendala dalam penelitian dengan memakai kuesioner, seperti terkadang tanggapan responden tidak selalu mencerminkan situasi yang sebenarnya.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran-saran antara lain:

1. Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon Bekasi sebaiknya perlu mempercepat proses pembuatan labelisasi halal pada produk yang dijual agar konsumen yang beragama Islam tidak merasa ragu dengan produk yang mereka beli sudah dinyatakan halal atau tidak halal (haram).
2. Untuk kualitas produk yang ditawarkan dari segi rasa sebaiknya perlu dipertahankan secara berkepanjangan dengan harga yang terjangkau agar semakin banyak konsumen yang memiliki minat untuk membeli Ai-Cha Ice Cream & Tea.
3. Dalam penelitian selanjutnya, disarankan untuk adanya penambahan kriteria identitas responden berdasarkan agama konsumen jika ingin memakai variabel labelisasi halal dalam penelitiannya serta perlu adanya

penambahan variabel lain yang dapat mempengaruhi faktor-faktor minat konsumen selain dari variabel penelitian lakukan dari penelitian ini.

