

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari analisis data diperoleh persamaan regresi $KP = 3,214 + 0,535 LH$. Konstanta sebesar 3,214 adalah nilai keputusan pembelian sebelum dipengaruhi label halal. Nilai koefisien regresi variabel label halal bernilai 0,535. Artinya, apabila label halal meningkat sebesar satu satuan maka keputusan akan meningkat sebesar 0,535 satuan.
2. Dari uji t dapat dijelaskan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Luwak White Koffie di Kota Langsa.
3. Dari analisis koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa label halal mempengaruhi keputusan pembelian produk Luwak White Koffie di Kota Langsa sebesar 44,4%, sedangkan sisanya 55,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

5.2. Saran

Saran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Kemasan Luwak White Koffie hendaknya ditambahkan keterangan lebih rinci mengenai komposisi pembuatan produk agar konsumen mengerti komposisi yang digunakan.

2. Isu-isu yang berkembang mengenai keraguan konsumen terhadap kehalalan Luwak White Koffie hendaknya harus dilakukan evaluasi oleh perusahaan khususnya berkaitan dengan komposisi produk Luwak White Koffie.
3. Perusahaan hendaknya tidak menggunakan bahan-bahan yang memunculkan keraguan masyarakat terhadap kehalalan Luwak White Koffie.
4. Perusahaan perlu melibatkan pakar yang berkaitan dengan kehalalan serta memberikan klarifikasi kepada masyarakat tentang kehalalan produk Luwak White Koffie untuk meyakinkan masyarakat khususnya masyarakat muslim.