

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Religiusitas, Labelisasi Halal, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kemasan Pada Masyarakat Muslim Kabupaten Merangin, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan karakteristik responden, yaitu masyarakat muslim di Kabupaten Merangin yang berjumlah 100 responden diketahui :
 - a) Berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan atau 63% dan 37% lagi berjenis kelamin laki-laki
 - b) Berdasarkan usia, Sebagian besar responden berada pada golongan usia 20-25 tahun (67%) dari total sampel masyarakat muslim Kabupaten Merangin.
 - c) Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, sebagian besar responden berpendidikan terakhir SLTA, yakni sebesar 72%. Sedangkan 28% lainnya berpendidikan terakhir SD, SLTP, S1 dan D3.
 - d) Berdasarkan jenis pekerjaan, sebagian besar responden berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebesar 46% dari total responden. Sedangkan 54% lainnya berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT), karyawan swasta, tidak/belum bekerja, dan lain-lain.

2. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa secara parsial Religiusitas, Labelisasi Halal dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk minuman kemasan di Kabupaten Merangin.
3. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara simultan variabel religiusitas, labelisasi halal, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk minuman kemasan pada masyarakat muslim di Kabupaten Merangin.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Pengaruh label halal pada kemasan produk minuman kemasan terhadap keputusan pembelian sangat besar, maka diharapkan kepada para pelaku usaha yang belum memiliki label halal untuk dapat mendaftarkan produknya ke LPPOM MUI agar segera mendapatkan sertifikasi halal, dan mencantumkan label halal pada kemasan produk tersebut untuk dapat memberikan jaminan kehalalan produk yang dikonsumsi oleh konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian ulang terhadap penelitian ini diharapkan untuk menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.