

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian ini digunakan sebagai jawaban atas hasil penelitian tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap penggunaan Go-Food dalam membeli makanan halal. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu :

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli produk halal. Semakin tinggi religiusitas akan meningkatkan niat beli produk halal.
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pengetahuan produk halal berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli produk halal. Semakin tinggi pengetahuan produk halal akan meningkatkan niat beli produk halal.
3. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli produk halal. Semakin tinggi kesadaran halal tidak meningkatkan niat beli produk halal.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli produk halal. Semakin tinggi norma subjektif akan meningkatkan niat beli produk halal.
5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat beli produk halal berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pembelian. Semakin tinggi niat beli produk halal akan meningkatkan perilaku pembelian produk halal.

5.2 Kontribusi dan Implikasi

5.2.1 Kontribusi Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggali sejumlah temuan menarik yang akan memberikan kontribusi teoritis. Pertama, penelitian ini berkontribusi mengedepankan pandangan hukum dari berbagai sudut pandang dalam penggunaan pembelian makanan halal pada gerai *online* Go-Food.

Kedua, penelitian ini menoba untuk menghubungkan konsep religiusitas, pengetahuan produk halal, dan norma subjektif. Terdapat ketiga variabel tersebut di dukung. Namun, ada satu variabel yang tidak di dukung yakni kesadaran halal dalam perilaku pembelian produk halal.

Ketiga, bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan bahan pertimbangan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai pembelian produk halal.

5.2.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhi terhadap pengguna Go-Food dalam membeli makanan halal di gerai *online*. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan adanya beberapa implikasi sebagai berikut:

1. Pengguna layanan Go-Food dapat mengetahui pengaruh religiusitas tentang berbagai informasi yang mereka butuhkan. Informasi yang telah di cantumkan dapat meningkatkan keyakinan pengguna Muslim dalam

negeri maupun luar negeri untuk mengkonsumsi makanan menggunakan layanan Go-Food.

2. Pengguna layanan Go-Food dapat mengetahui pengaruh pengetahuan produk halal seperti perolehan bahan baku, label halal, pengolahan makanan dan sebagainya sehingga meningkatkan niat pengguna Go-Food Muslim.
3. Kesadaran halal diketahui berdasarkan mengerti atau tidaknya seorang Muslim tentang apa itu halal, mengetahui proses penyembelihan yang benar, dan memprioritaskan makanan halal untuk dikonsumsi. Sehingga tinggi rendahnya niat untuk mengkonsumsi makanan halal tergantung pemahaman Muslim mengenai pentingnya makanan halal.
4. Norma subjektif mengacu pada persepsi konsumen terhadap dorongan normatif sosial yang mencakup keluarga, teman, kolega, kerabat, atau kelompok signifikan lainnya. Dalam hal ini jika pembelian makanan halal dipandang sebagai perilaku yang diinginkan secara sosial, maka individu cenderung melakukan pembelian makanan halal. Sehingga persepsi dari panutannya dapat mempengaruhi niat untuk membeli produk halal di Go-Food.
5. Minat konsumen dalam membeli berasal dari religiusitas, pengetahuan produk halal, kesadaran halal, dan norma subjektif serta faktor-faktor eksternal dari produk tersebut yang merupakan faktor penting untuk memprediksi perilaku konsumen. Niat pembelian dapat mengukur seberapa besar kemungkinan konsumen dalam membeli produk. Semakin

tinggi niat penggunaan Go-Food maka semakin tinggi niat pengguna untuk membeli.

5.3. Keterbatasan Peneliti

Penelitian ini berguna apabila hasil dari penelitian digunakan untuk perbaikan dalam proses penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan dari penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian ini hanya menggunakan sampel sebanyak 111 pengguna layanan Go-Food sehingga hasil dari penelitian ini tidak dapat mempresentasikan populasi dari keseluruhan pengguna layanan Go-Jek.
2. Tidak semua responden didampingi pada saat pengisian kuisisioner, karena kuisisioner diberikan dalam bentuk *online*. Sehingga ada kemungkinan responden kurang memahami maksud dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

5.4. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang direkomendasikan kepada penelitian selanjutnya dan kepada pengelola sistem informasi :

1. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya melakukan penelitian yang sama yang didukung dengan melakukan observasi yang lebih banyak misalnya pada kalangan mahasiswa.

2. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mengembangkan penelitian dengan melakukan wawancara tentang kendala-kendala apa saja yang menyebabkan pembelian produk halal.

