

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Isu Halal di Indonesia sebagai Negara dengan penduduk mayoritas muslim menjadi fokus utama dalam menentukan strategi bisnis dalam industri kuliner. Dalam penelitian ini didapat beberapa temuan sesuai dengan tujuan terkait faktor halal, yaitu :

2. Dari data pengujian penilaian konsumen didapat nilai tertinggi dari indikator A1 Halal Awareness bahwa *Muslim harus mengkonsumsi makanan halal* yaitu sebesar 4,89 masuk dalam kategori sangat setuju dan terkecil yaitu E5 Minat Beli bahwa *Mengutamakan produk KFC dibandingkan produk lain* yaitu sebesar 3,10 yang masuk kategori netral.
3. Model penelitian diterima dan memenuhi persyaratan *goodness of fit*.
4. Halal Awareness memiliki pengaruh **tidak signifikan** positif (+) terhadap Minat Beli sesuai dengan penelitian Alam (2011).
5. Norma Subjektif memiliki pengaruh **signifikan** positif (+) terhadap Minat Beli. Hal ini mengindikasikan apabila Norma Subjektif meningkat maka Minat Beli akan sebuah produk pun meningkat, begitu juga sebaliknya.
6. Halal Certification memiliki pengaruh **signifikan** positif (+) terhadap Norma Subjektif. Hal ini mengindikasikan apabila Halal

Certification meningkat maka Norma Subjektif akan sebuah produk pun meningkat, begitu juga sebaliknya.

7. Halal Marketing WOM memiliki pengaruh **signifikan** positif (+) terhadap Norma Subjektif. Hal ini mengindikasikan apabila Halal Marketing WOM meningkat maka Norma Subjektif akan sebuah produk pun meningkat, begitu juga sebaliknya.
8. Halal Marketing WOM memiliki pengaruh **tidak** signifikan positif (+) terhadap Minat Beli. Hal ini mengindikasikan apabila Norma Subjektif meningkat maka Minat Beli akan sebuah produk pun meningkat, begitu juga sebaliknya.

Dari kerangka penelitian yang kuat tersebut maka dikembangkan kembali dalam Structural Equation Model (SEM). Analisis SEM dilakukan untuk melihat kausilitas setiap variabel yang terdapat dalam model. Dalam analisis tersebut dilakukan beberapa pengujian. Berdasarkan hasil *goodness of fit* model penelitian telah memenuhi kriteria dan model penelitian diterima.

5.2 **Saran**

Berdasarkan keseluruhan penelitian didapat saran untuk penelitian yang akan datang adalah sebagai berikut :

- Unit Bisnis *fast food* disarankan terus mengupdate sertifikasi Halal produknya secara rutin dan diperpanjang masa berlakunya agar unit bisnis dapat menjalankan usahanya tanpa khawatir kehalalan produknya.

- Unit Bisnis *fast food* disarankan untuk memasang atau memperlihatkan logo Halal kepada konsumen mengingat logo menjadi faktor yang memancing minat beli konsumen.
- Manajemen unit bisnis terutama *fast food* lebih memperhatikan *word of mouth* sebagai strategi pemasaran.
- Manajemen unit bisnis disarankan untuk menjaga nama baik produk halalnya agar informasi yang tersebar secara *word of mouth* adalah informasi yang positif dan mendukung minat pembelian.
- Penelitian yang akan datang disarankan untuk meneliti satu variabel secara khusus.
- Penelitian yang akan datang disarankan untuk mengambil jumlah sampel yang lebih besar.
- Penelitian yang akan datang disarankan untuk meneliti secara khusus satu jenis produk dalam satu unit bisnis.