

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dikumpulkan secara langsung dari lapangan dengan menyebarkan kuesioner kepada 150 responden. Responden dalam penelitian ini adalah karyawan Bank Nagari Padang. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh *knowledge*, *religiosity* dan *attitude* terhadap *purchase intention* karyawan Bank Nagari pada kosmetik Halal.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Religiosity* berpengaruh positif terhadap *attitude*. Menurut hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, para responden paham tentang hukum Halal dan Haram pada kosmetik, sehingga dalam memilih kosmetik mereka paham akan keamanannya.
2. *Knowledge* berpengaruh positif terhadap *attitude*. Dapat dilihat semakin besarnya pengetahuan konsumen akan kosmetik Halal, maka semakin mempengaruhi afeksi dari konsumen untuk membeli produk tersebut.
3. *Attitude* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi *attitude*, menyebabkan semakin tinggi *purchase intention* terhadap kosmetik Halal.

5.2 Implikasi Penelitian

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi yang penting, bagi produsen kosmetik Halal, dapat digunakan sebagai tolak ukur faktor apa saja yang dapat memicu niat membeli konsumen terhadap kosmetik Halal tersebut. Selain itu, jika produsen menerapkan standar Halal akan membuat produk memiliki standar kualitas yang jelas, serta memberikan nilai fungsi yang lebih kepada pelanggan.

Salah satu kebutuhan penting umat Islam adalah konsumsi produk Halal. Dibutuhkan itikad baik dari produsen untuk menyediakan produk yang sesuai dengan standar konsumsi konsumen muslim yaitu kehalalan. Tak ada yang lebih berharga bagi produsen kecuali mampu memberikan perlindungan terhadap pelanggannya, dengan itu loyalitas pelanggan juga bisa terbangun.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman langsung oleh peneliti dalam proses penelitian ini, beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi faktor yang perlu diperhatikan lebih bagi peneliti-peneliti selanjutnya agar dapat menyempurnakannya. Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Teknik sampling yang digunakan adalah non probabilitas, sehingga sulit untuk digeneralisasikan dan jumlah sampel yang digunakan terlalu sedikit.
2. Selama penyebaran kuesioner, masih banyak dari responden yang tidak mengetahui makna dari religiusitas. Sehingga, selama penyebaran kuesioner, peneliti terlebih dahulu memberikan pengetahuan atau gambaran mengenai religiusitas itu sendiri.

3. Karena responden dalam penelitian ini adalah karyawan, maka peneliti memiliki keterbatasan waktu untuk menyebarkan kuesioner. Peneliti harus datang pada jam istirahat, dan pada saat itu karyawan banyak yang sedang tidak di tempat.

5.4 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang diajukan untuk peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Teknik sampling yang digunakan untuk penelitian selanjutnya dapat diganti dengan teknik probabilitas.
2. Dalam penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengambil sampel dalam kategori yang lebih banyak. Artinya, diharapkan sampel tidak dalam satu kelompok misalnya Bank Nagari saja, disarankan untuk memperbanyak kategori yang akan menjadi sampel sehingga opini yang akan digambarkan responden lebih bervariasi.
3. Melakukan penelitian yang berkelanjutan, agar dapat mengetahui perkembangan pendapat konsumen terhadap *purchase intention* kosmetik Halal.
4. Memberikan tambahan variabel lain yang dapat mempengaruhi *purchase intention* atau variabel lainnya terhadap variabel yang telah diteliti.