

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada Bab IV Pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Religiosity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Hal ini dapat dimaknai bahwa semakin tinggi tingkat religious responden maka minat responden dalam membeli produk halal akan meningkat, dalam penelitian ini produk halalnya yaitu Korean BBQ Pochajjang Padang.

2. *Halal Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran responden terhadap produk halal seperti mengetahui proses produksi yang halal sebagaimana mestinya, bahan-bahan yang digunakan sesuai standar kehalalan dan hal-hal lainnya terkait pengetahuan halal maka minat membeli responden terhadap produk halal akan meningkat.

3. *Halal Certification* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Hal ini berarti setiap kali Pochajjang Padang mampu membuktikan bahwa produk makanan yang mereka jual sudah terjamin kehalalannya maka hal ini akan meningkatkan minat membeli pada konsumen.

4. *Social Media Marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* Korean BBQ Pochajjang Padang. Dapat dimaknai

bahwa penggunaan sosial media Instagram oleh Pochajjang Padang dalam melakukan aktivitas pemasaran tidak memberikan dampak terhadap minat membeli konsumen. Sejalan dengan beberapa pernyataan yang peneliti dapatkan dari responden kuisisioner penelitian ini mengatakan bahwa konten-konten yang di unggah oleh Pochajjang Padang seringkali adalah konten berulang dari yang sebelumnya juga beberapa responden menyatakan bahwa akun Instagram Pochajjang Padang kurang update terkait konten-konten yang mereka upload.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari penelitian ini, terdapat beberapa implikasi yang dapat dimanfaatkan oleh Pochajjang Padang untuk meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk mereka, diantaranya sebagai berikut:

1. Dari penelitian ini ditemukan bahwa variable *religiosity* ternyata menjadi salah satu alasan responden memiliki minat beli terhadap produk Korean BBQ Pochajjang Padang, hal ini tentunya dapat dimanfaatkan oleh pihak Pochajjang Padang dalam menarik minat beli konsumen dengan area yang lebih luas lagi dengan cara lebih memaksimalkan lagi pemanfaatan hari-hari besar umat Islam seperti hari Raya Idul Fitri, Hari Raya Idul Adha dan hari-hari besar lainnya dengan cara pemberian diskon pada hari-hari besar tersebut atau memberikan penawaran khusus pada hari yang telah di tentukan.

2. Selain *religiosity* variable *halal awareness* juga menjadi salah satu alasan responden memiliki minat beli pada produk Korean BBQ Pochajjang Padang. Secara sederhana *halal awareness* dapat dimaknai sebagai kemampuan individu dalam mengetahui dan memiliki wawasan terkait makanan/minuman halal yang dapat di konsumsi oleh umat muslim. Maka dalam hal ini usaha yang dapat dilakukan oleh pihak Pochajjang Padang dalam menarik minat beli konsumen yaitu dengan cara memberikan informasi kepastian halal dari produk mereka, baik itu menyampaikan bahwa bahan-bahan yang mereka gunakan adalah halal ataupun proses produksinya juga dilakukan secara halal. Informasi ini oleh pihak Pochajjang Padang dapat disampaikan semenarik mungkin dan sesederhana mungkin agar orang-orang yang berminat membeli dapat dengan mudah memahaminya.

3. Kemudian dalam penelitian ini didapatkan juga bahwa *halal certification* menjadi variable selanjutnya yang memiliki dampak positif terhadap minat beli responden . Maka dari itu pihak Pochajjang Padang harus selalu memastikan calon konsumen mereka dapat dengan mudah mengkonfirmasi sertifikasi halal yang dimiliki oleh Pochajjang Padang. Pihak Pochajjang Padang dapat meletakkan bukti sertifikasi halal usaha mereka di area yang mudah terlihat oleh mata calon konsumen mereka.

4. Ternyata dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa variable *social media marketing* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase intention* responden. Hal ini dapat dijadikan bahan evaluasi untuk pihak

Pochajjang Padang dalam menentukan media sosial apa yang sebaiknya di gunakan dan konten yang seperti apa yang dapat memikat minat beli konsumen. Hal ini sejalan dengan hasil olah data diatas yang menyatakan nilai rata-rata jawaban responden terkecil dari indicator pernyataan *variable social media marketing* yaitu “Bagi saya konten produk Korean BBQ Pochajjang Padang di media sosial menarik” dan pada pernyataan “Saya ingin menyampaikan informasi terkait merek, produk, serta layanan dari media sosial produk Korean BBQ Pochajjang Padang kepada teman-teman saya.” Ada baiknya pihak Pochajjang Padang dapat mencoba media sosial selain Instagram dalam aktivitas pemasaran mereka dan juga meningkatkan kualitas dan kuantitas konten-konten yang akan di unggah ke media sosial mereka agar dapat menarik minat beli calon konsumen. Pihak Pochajjang Padang juga bisa mempertimbangkan penggunaan *brand ambassador* untuk meningkatkan kesadaran merek di pasar agar ketika orang-orang sudah mengenal Korean BBQ Pochajjang Padang diharapkan dapat meningkatkan minat pembelian.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti menemukan berbagai kendala dan hambatan sehingga terdapatnya keterbatasan atau kekurangan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian ini. Oleh karena itu, keterbatasan-keterbatasan yang ditemui pada penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi dan perhatian bagi peneliti

selanjutnya yang akan melakukan penelitian. Berikut merupakan keterbatasan-keterbatasan yang ditemui dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini dalam mengumpulkan jumlah responden yang dibutuhkan mengalami kendala pada saat penyebaran kuisioner secara offline dikarenakan selama bulan November 2022 sering terjadi hujan dengan durasi yang lama dalam sehari sehingga membatasi pergerakan peneliti.

2. Ukuran sampel yang hanya sebanyak 150 responden yang tentunya belum mewakili jumlah populasi dengan baik.

3. Kriteria responden yang cukup menyulitkan pada bagian yang menanyakan apakah responden mengetahui informasi Korean BBQ Pochajjang Padang, pada kriteria ini banyak responden yang belum mengetahui informasi Korean BBQ Pochajjang Padang sehingga membutuhkan waktu dan tenaga yang lebih bagi peneliti dalam menjelaskan terkait informasi Korean BBQ Pochajjang Padang kepada calon responden agar mereka termasuk ke dalam kriteria responden dan bisa melanjutkan mengisi kuisioner.

5.4 Saran Penelitian

Penelitian ini diperlukan penelitian berkelanjutan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Berikut saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan pada penelitian selanjutnya:

1. Pada penelitian menguji pengaruh langsung *religiosity*, *halal awareness*, *halal certification*, dan *social media marketing* terhadap *purchase intention* Korean BBQ Pochajjang Padang dan di dapati hasil bahwa dari keempat variable X hanya mempengaruhi variable Y sebesar 33,7% sedangkan sisanya sebesar 66,3% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Maka dari itu untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variable lain yang diduga dapat mempengaruhi *purchase intention*.

2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat ditambah jumlah responden yang menjadi ukuran sampel, supaya mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.

3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat memilih objek penelitian yang sedang ramai dibicarakan agar memudahkan dalam mengumpulkan responden yang dibutuhkan sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

4. Diharapkan pada penelitian berikutnya untuk menggunakan variable mediasi ataupun moderasi, sehingga dapat dilihat apakah ada pengaruh tidak langsung antara variabel independen terhadap variabel dependen ataupun untuk melihat variabel apa yang memperkuat ataupun memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, sebagai rujukan bisa mempertimbangkan penggunaan variabel *brand awareness* dikarenakan pada penelitian kali ini ditemukan bahwa

banyak responden yang belum sadar akan eksistensi bisnis Korean BBQ Pochajjang Padang.

