

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh *Health Consciousness*, *Korean Wave*, *Halal Awareness*, dan *Halal Certification* terhadap *Purchase Intention* Konsumen *Korean Instant Noodle* di Kota Padang (Survei pada Generasi Z di Kota Padang). Data responden yang dikumpulkan pada penelitian ini berjumlah 160 responden. Ditujukan kepada responden yang memiliki ketertarikan kepada budaya *Korean Wave* (*Korean Drama*, *Korean Fashion*, *Korean Food*, *Korean Music*). Namun dalam penyebaran kuesioner terbagi atas offline dan online, pada penyebaran online data yang terkumpul adalah 78 responden yang pernah membeli Mie Instan Korea dan pada offline data yang terkumpul adalah 82 responden yang belum pernah membeli Mie Instan Korea. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, yang selanjutnya data diolah menggunakan software SmartPLS versi 4.0. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat dirumuskan sebagai kesimpulan yakni :

1. Berdasarkan hasil penelitian, Variabel *Health Consciousness* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Purchase Intention*. Hal ini mengindikasikan bahwa Generasi Z saat ini, masih belum memiliki

kesadaran yang cukup untuk menjaga kesehatan tubuhnya. Hal ini terjadi karena, Generasi Z memiliki akses atau minat untuk mencari informasi yang minim terhadap kandungan gizi dan dampak kesehatan dari makanan siap saji atau instan dan dampak dari mengonsumsi makanan yang pedas. Selain itu, Dalam pemilihan Mie Instan Korea, menyebabkan perilaku konsumen tidak terlalu sejalan dengan keyakinannya terhadap kesehatan. Hal ini yang memungkinkan tidak signifikannya *Health Consciousness* terhadap *Purchase Intention*. Karena dianggap bahwa Mie Instan Korea bukan merupakan bagian dari Mie Sehat.

2. Berdasarkan hasil penelitian, *Korean Wave* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*. Hal ini mengindikasikan bahwa *Korean Wave* telah mendapatkan popularitas global. Pada penelitian ini terfokus pada Mie instan Korea yang sudah dikenal dengan cita rasa unik dan tingkat kepedasan yang menarik perhatian konsumen. Selain itu, Generasi Z memiliki kefanatikan yang lebih cenderung tinggi akan budaya *Korean Wave*. Yang dimana, mereka rela mengeluarkan uang yang cukup besar untuk dapat menikmati hal hal yang terindikasi dengan budaya *Korean Wave* misalnya saja pada produk Mie Instan Korea ini.
3. Berdasarkan hasil penelitian, *Halal Awareness* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Purchase Intention*. Hal ini mengindikasikan bahwa, Generasi Z di Kota Padang belum memiliki kesadaran halal yang

cukup terutama pada pemilihan makanan. Hal ini mungkin disebabkan karena terdapat beberapa konsumen yang beranggapan bahwa produk-produk yang berasal dari negara maju seperti, Korea Selatan secara umum sudah aman dan layak untuk dikonsumsi, tanpa perlu mempertanyakan status halal secara spesifik. Selain itu, Gen Z kurang memahami makna dari konsep halal itu sendiri. Sehingga pengetahuan mengenai konsep halal tidak berpengaruh terhadap perilaku pembelian sebuah produk. Selanjutnya Gen Z lebih memberikan perhatiannya kepada produk yang hanya tertera akan logo halal atau sertifikasi halal sebagai saringan terakhir dalam memilih produk halal.

4. Berdasarkan hasil penelitian, *Halal Certification* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*. Hal ini mengindikasikan bahwa sertifikasi halal memainkan peran penting dalam mempengaruhi niat pembelian konsumen, terutama bagi mereka yang mematuhi hukum Islam. Bagi umat Islam, mengonsumsi makanan dan minuman yang halal adalah kewajiban agama. Saat ini, Generasi Z di Kota Padang telah menjadikan sertifikasi halal atau pada hasilnya adalah logo Halal sebagai faktor penting dalam pemilihan produk. Pemilihan produk yang belum memiliki logo Halal tidak dianjurkan jika konsumennya adalah seorang Muslim. Misalnya, dalam pemilihan produk yang berasal dari Korea, seperti Mie

Instan Korea, masih terdapat beberapa merek yang belum memiliki logo halal yang jelas.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil temuan pada penelitian yang telah dilakukan, diharapkan dapat memberikan sebuah implikasi secara teoritis dan praktis, sebagai berikut :

1. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dijadikan bahan rujukan literatur terutama pada Perilaku Konsumen. Yang dimana pada penelitian ini menggabungkan aspek dari Kesadaran Kesehatan (*Health Consciousness*), Budaya Korea (*Korean Wave*), dan faktor religious dalam produk makanan. Hal ini dapat membantu mengembangkan model yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli Konsumen terutama pada Mie Instan Korea. Selain itu, hasil penelitian ini juga menggambarkan faktor apa saja yang menjadi penentu seorang konsumen dalam memilih produk makanan terutama pada Mie Instant Korea.
2. Bagi Praktisi: Penelitian ini dapat membantu masyarakat di Kota Padang dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal yang tertera pada setiap produk. Sertifikasi halal harus dipertahankan dan diperbarui secara berkala. Produsen atau pelaku usaha lainnya perlu memastikan bahwa semua produk yang akan dijual telah memenuhi standar

halal yang ditetapkan oleh lembaga sertifikasi halal resmi. Memberikan informasi yang jelas dan transparan mengenai proses sertifikasi halal serta bahan-bahan yang digunakan dalam produk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, pihak pemerintah dan organisasi kesehatan dapat bekerja sama dengan produsen untuk meningkatkan kesadaran kesehatan di kalangan generasi muda melalui kampanye dan edukasi mengenai pentingnya memilih makanan yang sehat. Bagi pelaku usaha, penelitian ini juga menyoroti pengaruh budaya *Korean Wave*. Mengadakan acara bertema Korea atau berkolaborasi dengan merek Korea lainnya dapat meningkatkan daya tarik produk di kalangan Generasi Z yang tertarik dengan budaya Korea, tanpa mengabaikan adanya label halal dan sertifikasi halal yang jelas pada setiap produk yang dijual. Terakhir, penting bagi produsen atau pelaku usaha untuk terus melakukan riset pasar lebih lanjut guna memahami perubahan preferensi dan perilaku konsumen, terutama di kalangan Generasi Z yang dinamis dan cepat berubah.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini belum sempurna dan memiliki keterbatasan. Adapun keterbatasan tersebut diantaranya adalah :

1. Studi ini terbatas hanya melihat pengaruh langsung antara variabel independen (*Health Consciousness, Korean Wave, Halal Awareness, dan Halal Certification*) dan variabel Dependen (*Purchase Intention*). Tanpa adanya penggunaan variabel Intervening dan variabel Moderasi untuk melihat pengaruhnya lebih jauh.
2. Objek yang diteliti pada penelitian ini hanya terfokus pada Generasi Z di Kota Padang. Alangkah lebih baik jika objek penelitian ini memiliki variasi usia atau generasi yang lebih beragam agar menggambarkan makna konsumen secara umum.
3. Sampel pada penelitian ini berjumlah terbatas pada penelitian ini berjumlah 160 orang yang menggambarkan Generasi Z di Kota Padang. Sehingga dengan jumlah sampel pada penelitian ini belum dapat menggambarkan Generasi Z di Kota Padang secara menyeluruh.
4. Penelitian ini hanya terfokus pada konsumen yang tertarik dengan budaya *Korean Wave*. Sehingga pada penelitian ini hanya menggambarkan niat

pembelian Mie Instan Korea dari segi konsumen yang tertarik dengan budaya *Korean Wave* tersebut.

5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan uraian kesimpulan yang telah dijelaskan. Maka penulis dapat memberikan beberapa masukan atau saran yang berguna untuk penelitian selanjutnya :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengaplikasikan variabel intervening/mediasi atau moderasi. Dengan menerapkan hal tersebut diharapkan dapat memberikan informasi lebih jauh apakah terdapat pengaruh langsung serta variabel yang memperkuat dari hubungan antar variabel tersebut.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian. Tidak hanya terfokus pada Generais Z saja, namun dapat menambah atau menggabungkan beberapa generasi agar dapat menggambarkan konsumen secara umum di Kota Padang nantinya.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel penelitian. Serta dapat menambah kriteria responden yang lebih bervariasi kedepannya.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas kriteria penelitian. Tidak hanya pada konsumen yang memiliki ketertarikan akan budaya *Korean*

Wave, namun kriteria umum agar dapat menggambarkan niat pembelian

Mie Instan Korea yang lebih luas dan umum nantinya.

