

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berpedoman pada hasil pengujian yang telah dianalisa dan dideskripsikan, dapat dinyatakan dengan kesimpulan bahwa:

1. Adanya pengaruh positif secara bersamaan antara variabel Label Halal (X1), Label BPOM (X2), dan Tanggal Kadaluarsa (X3) terhadap Minat Beli (Y) konsumen pada minuman *ready to drink* merek Ichitan di Kota Surabaya.
2. Akan tetapi berdasar hasil uji t dapat diambil kesimpulan, secara parsial tidak ditemui pengaruh variabel Label Halal (X1) terhadap Minat Beli (Y) minuman *ready to drink* merek Ichitan di Kota Surabaya. Hal ini dapat terjadi ketika pemahaman arti produk halal dan kepercayaan konsumen terhadap minuman *ready to drink* yang beredar di Indonesia telah lolos uji sertifikasi halal dari MUI telah diserap dan dimengerti dengan baik, sehingga konsumen tidak merasa perlu lagi memasukan variabel label halal saat ingin membeli produk minuman *ready to drink* di Surabaya.
3. Sedangkan hasil pengujian untuk variabel Label BPOM (X2) menunjukkan secara parsial terdapat pengaruh besar dan positif terhadap Minat Beli (Y) minuman *ready to drink* merek Ichitan di Kota Surabaya.
4. Dan hasil pengujian untuk variabel Tanggal Kadaluarsa (X3) juga dapat disimpulkan secara parsial terdapat pengaruh besar dan positif terhadap Minat Beli (Y) minuman *ready to drink* merek Ichitan di Kota Surabaya.

Hal ini dikarenakan Label BPOM dan tanggal kadaluarsa adalah indikator penting yang harus diperhatikan saat ingin membeli sebuah produk demi menjaga keamanan dan kelayakan produk tersebut saat dikonsumsi.

5.2 Saran

Berpedoman pada keseluruhan hasil pengujian, penulis dapat memberikan beberapa saran dan harapan yang semoga dapat dipertimbangkan terkait pencantuman label halal, label BPOM, dan tanggal kadaluarsa pada kemasan minuman *ready to drink* merek Ichitan, saran yang dapat diberikan antara lain :

1. Berdasar penelitian dan pengujian yang telah dilakukan, persepsi pencantuman label halal, label BPOM, dan tanggal kadaluarsa berpengaruh sebesar 50,4% terhadap minat beli konsumen. Sehingga PT Ichi Tan Indonesia harus terus menjaga kepercayaan masyarakat dan memberikan persepsi positif terhadap kehalalan, keamanan, dan kelayakan produk minuman *ready to drink* merek Ichitan. Salah satu caranya dengan rutin mengecek dan mendaftarkan ulang produk-produk yang dimiliki ke Lembaga MUI dan BPOM sebelum masa sertifikasi halal dan lolos BPOM produk Ichitan mencapai batas waktu yang ditentukan.
2. Sebagai konsumen yang cerdas, meskipun saat ini sudah memiliki pemahaman dan kepercayaan yang baik terhadap kehalalan dan keamanan produk-produk yang beredar di Indonesia, konsumen dituntut untuk tetap teliti dan cermat agar selalu mendapatkan produk terbaik dan layak dikonsumsi. Oleh karena itu tidak ada salahnya untuk tetap selalu memeriksa keaslian label halal, label BPOM, dan tanggal kadaluarsa yang

tertera pada kemasan produk.

3. Bagi penelitian di masa mendatang diharapkan dapat memetik manfaat dari penelitian ini dan dapat menggunakan variabel-variabel bebas lainnya seperti variasi produk, cita rasa produk, harga, dan lain sebagainya yang diperkirakan dapat mempengaruhi sikap dan pikiran konsumen terhadap pemilihan produk minuman *ready to drink*. Sehingga diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih lengkap atas faktor atau variabel yang mempengaruhi minat beli konsumen