

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan tentang pengaruh Sertifikasi Halal, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Kohwa Coffe Shop* pada Tahun 2023. Adapun kesimpulan penelitian adalah:

1. Sertifikasi Halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Kohwa Coffe Shop* pada Tahun 2023. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,392 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,662 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Selanjutnya dari hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *Kohwa Coffe Shop* sudah memiliki Sertifikasi Halal atas setiap produk yang dijualnya, dan kondisi demikian dapat memicu minat beli konsumen.
2. Harga secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Kohwa Coffe Shop* pada Tahun 2023. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,481 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,662 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga jual produk *Kohwa Coffe Shop* sangat terjangkau jika dibandingkan dengan produk merek lain yang sejenis. Terjangkaunya harga produk tersebut dapat memicu minat beli konsumen.
3. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Kohwa Coffe Shop* pada Tahun 2023. Hal ini dibuktikan dengan

nilai t_{hitung} sebesar 4,009 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,662 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk tergolong sangat memuaskan harapan konsumen, karena memiliki cita rasa yang enak, nikmat dan higienis, serta tidak membuat perut jadi gembung.

4. Sertifikasi Halal, Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Kohwa Coffe Shop* pada Tahun 2023. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 78,863 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,01 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,00 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (*Adjust R Square*) diketahui bahwa variabel Sertifikasi Halal, Harga dan Kualitas Produk dapat menjelaskan tingkat Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 72,2%. Sementara sisanya (27,8%) dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut:

1. Disarankan kepada *Kohwa Coffe Shop* untuk melakukan uji kehalalan setiap tahunnya, agar konsumen semakin yakin bahwa produk *Kohwa Coffe Shop* benar-benar terjaga kehalalannya.
2. Disarankan kepada *Kohwa Coffe Shop* untuk menekan biaya produksi agar didapatkan harga jual yang terjangkau.

3. Disarankan kepada *Kohwa Coffe Shop* untuk melakukan inovasi terus menerus terhadap kualitas produknya, agar kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dengan baik.
4. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian tentang pengaruh variabel lain yang belum diteliti terhadap *Keputusan Pembelian Konsumen*, agar pengelola *Kohwa Coffe Shop* mendapatkan solusi dalam meningkatkan jumlah konsumennya.