

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang disusun oleh penulis, maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel sertifikasi halal memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi 0,090 dan nilai koefisien sebesar 0,137.
2. Variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi 0,021 dan nilai koefisien sebesar 0,251
3. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi 0,026 dan nilai koefisien sebesar 0,318
4. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai koefisien sebesar 0,344

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang disusun oleh penulis, maka penulis memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Untuk manajemen Restoran KFC, penyematan label halal pada kemasan dan restoran perlu lebih diperjelas, diperbesar, dan ditempatkan pada posisi yang mudah dilihat mengingat masyarakat mulai memiliki kesadaran halal, sehingga kepuasan konsumen semakin meningkat, serta terus memperbaharui sertifikasi halal agar jaminan halal untuk konsumen terpenuhi, dan terus mempertahankan kualitas baik kualitas pelayanan maupun produk
2. Untuk BPJPH diperlukan upaya pengawasan produk-produk yang berasal dalam negeri maupun luar negeri agar sesuai dengan standar kehalalan yang tercantum dalam regulasi halal serta sosialisasi yang intens tentang pentingnya sertifikasi halal kepada pelaku usaha, baik itu cara memperoleh sertifikasi halal maupun penyematan label halal yang baik.
3. Untuk seluruh manajemen Restoran, dihimbau untuk mengajukan dan terus memperbaharui Sertifikasi halal sebagai nilai keunggulan komparatif ditengah banyak usaha makanan saat ini, serta jaminan halal untuk konsumen dalam memberikan kepuasan
4. Untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini belum sempurna, oleh karenanya dapat lebih dikembangkan dengan memasukkan variabel kesadaran halal, kepuasan konsumen islam, dan segala yang berkaitan dengan tujuan mengembangkan ekonomi syariah.