

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji bagaimana label halal dan *Product Bundling* mempengaruhi keputusan pembelian di Restoran Mie Gacoan Pemuda. Data ini dianalisis menggunakan SPSS 23 dan hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Variabel label halal (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Restoran Mie Gacoan Pemuda.
2. Variabel *product bundling* (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Restoran Mie Gacoan Pemuda.
3. Variabel label halal (X1) dan *product bundling* (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Restoran Mie Gacoan Pemuda.

B. SARAN

Berikut beberapa rekomendasi berdasarkan penelitian yang melihat bagaimana pelabelan halal dan pengemasan produk memengaruhi pilihan konsumen untuk membeli di Mie Gacoan Pemuda:

a. Bagi Masyarakat

Setiap orang harus ekstra hati-hati saat membeli makanan bersertifikat halal, terutama bagi umat Islam, untuk memastikan makanan tersebut aman dan berkualitas baik. Mereka juga dianjurkan untuk memanfaatkan paket *bundling* yang ditawarkan restoran seperti Mie Gacoan sebagai pilihan yang lebih ekonomis dan sesuai kebutuhan, namun tetap memperhatikan kebersihan dan standar bahan makanan. Selain itu, konsumen perlu memahami proses sertifikasi halal dan berbagi pengalaman positif untuk membantu orang lain dalam membuat keputusan pembelian. Dengan mendukung restoran yang mengutamakan kualitas dan halal, konsumen turut mendorong industri makanan untuk terus memperbaiki standar produk yang mereka tawarkan.

b. Bagi Restoran Mie Gacoan

Pihak restoran Mie Gacoan disarankan untuk lebih menonjolkan informasi mengenai sertifikasi halal berupa kombinasi tulisan dan gambar berbentuk logo baik secara fisik ditempelkan di Restoran Mie Gacoan maupun digital untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Restoran juga sebaiknya mengembangkan paket *bundling* yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, variatif, lebih ekonomis dan dipromosikan melalui *digital marketing* untuk menarik minat konsumen, serta melakukan evaluasi berkala terhadap harga dan komposisinya. Menjaga kebersihan dan kualitas makanan serta mengedukasi staf juga penting untuk kenyamanan konsumen. Mie Gacoan diharapkan lebih aktif di media sosial untuk edukasi halal dan promosi *bundling*, serta responsif terhadap ulasan konsumen untuk meningkatkan layanan dan menarik lebih banyak konsumen.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan agar penelitian di masa mendatang memperluas cakupan variabel yang diteliti dengan memasukkan elemen psikologis tambahan yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti persepsi mereka terhadap kualitas dan citra merek. Ada ruang untuk perbaikan dalam hal ukuran sampel dan cakupan geografis jika kita ingin mempelajari dampak variabel demografis terhadap respons konsumen di restoran yang menyajikan masakan yang sebanding. Penelitian tambahan yang mungkin menjelaskan masalah ini adalah eksperimen dengan penetapan harga *bundling* dan penelitian yang meneliti pengaruh media sosial terhadap teknik pemasaran. Dampak merek dan kemasan halal dapat dipahami dengan lebih baik dengan membandingkan restoran dengan ide yang sebanding, tetapi penelitian longitudinal dapat mengungkapkan perubahan jangka panjang dalam perilaku konsumen. Itulah sebabnya diantisipasi bahwa penelitian lebih lanjut akan memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang elemen-elemen yang memengaruhi keputusan pembelian makan di luar.