

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Pada penelitian “Analisis Pengaruh Label Halal dan Aman Produk Pangan Terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Malang” dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Dari hasil uji analisis regresi berganda yang telah dilakukan didapatkan persamaan $Y = 0,756 + 0,478 X_1 + 0,399 X_2$ dari persamaan ini menunjukkan bahwa label halal (X_1) dan label aman pangan (X_2) memiliki hubungan positif searah dengan keputusan pembelian konsumen dan dua variabel independen terhadap variabel dependen tersebut memberikan berpengaruh secara signifikan. Pengaruh label halal dan label aman produk pangan terhadap keputusan pembelian sebesar 43% dan sisanya atau 57%nya dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga, ukuran, merek dan lainnya.
2. Hasil rekapitulasi kuesioner yang telah dijawab oleh responden menunjukkan bahwa sebanyak 22% responden membaca 12 macam informasi mengenai produk pangan yang tertera pada kemasannya. Ketika informasi mengenai produk yang dibutuhkan oleh responden tidak terdapat dalam kemasan, sebanyak 83% dari responden tidak akan membeli produk pangan tersebut.

5.2. Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya dengan topik kajian yang sama yaitu untuk lebih mengembangkan atribut variabel yang digunakan dengan menambah variabel lain seperti ekolabeling, menambah tingkat ketepatan atau presisi dengan mengurangi error dan menggunakan alat analisis lain.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

