

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kesadaran halal, bahan makanan dan persepsi pribadi masyarakat terhadap minat beli *chinese food* di kabupaten Kudus. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengungkap seberapa jauh minat beli masyarakat terhadap *chinese food* yang halal ditinjau dari aspek kesadaran halal, bahan makanan dan persepsi pribadi masyarakat. Hal ini karena pandangan sempit masyarakat mengenai *chinese food* yang sebelumnya dianggap sebagai makanan non-halal. Total responden pada penelitian ini berjumlah 100 konsumen *chinese food* yang menjadi pelanggan dalam kurun waktu minimal 1 tahun terakhir. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan antara kesadaran halal dan minat beli masyarakat pada produk makanan *chinese food* di kabupaten Kudus yaitu didapatkannya nilai t_{hitung} sebesar 1,985 dengan nilai $\alpha = 0,05$. t_{hitung} variabel kesadaran halal lebih besar dari t_{tabel} 2,485 > 1,985 dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,015.
2. Terdapat pengaruh signifikan antara bahan makanan dan minat beli masyarakat pada produk makanan *chinese food* di kabupaten Kudus karena t_{hitung} variabel bahan makanan lebih besar dari t_{tabel} 2,729 > 1,985 dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,008.
3. Terdapat pengaruh signifikan antara persepsi pribadi masyarakat dan minat beli masyarakat pada produk makanan *chinese food* di kabupaten Kudus karena t_{hitung} variabel persepsi pribadi masyarakat lebih sebesar dari t_{tabel} 3,596 > 1,985 dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 adalah 0,001.
4. Variabel kesadaran halal, bahan makanan, dan persepsi pribadi masyarakat secara simultan atau bersamaan mempengaruhi variabel minat beli dengan F_{hitung} sebesar 11,133. Nilai tersebut > F_{tabel} sebesar 2,70 atau (F_{hitung} 11,133 > F_{tabel} 2,70) dengan nilai probabilitas 0,000.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan hasil kesimpulan yang telah disajikan oleh penulis. Maka penulis menyampaikan saran saran yang memberikan sumbangan kepada pihak-pihak yang terkait pada penelitian selanjutnya. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti lain yang hendak meneliti dengan topik yang sama hendaknya menambah jumlah responden agar dapat memperluas kemampuan agar hasil penelitian lebih maksimal.
2. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli.

