

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini mengenai “Analisis Faktor yang Memengaruhi Konsumen Muslim Memilih Rumah Makan Bersertifikat Halal di Kabupaten Banyumas”, sebagai berikut:

1. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dan berdomisili di Purwokerto. Responden didominasi berusia 26-35 tahun dan memiliki pendidikan terakhir di tingkat Sarjana/Diploma. Sebagian besar responden bekerja sebagai pegawai swasta dan memiliki penghasilan di rentang Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000 perbulan. Mayoritas responden dalam sebulan dapat berkunjung ke rumah makan sebanyak 1-4 kali dan menghabiskan uang sekitar Rp. 50,000 – Rp. 99.000 untuk satu porsi makanan dalam sekali makan di rumah makan.
2. Terdapat 10 faktor yang memengaruhi konsumen muslim memilih rumah makan bersertifikat halal di Kabupaten Banyumas, diantaranya yaitu faktor gaya hidup halal, faktor kualitas makanan, faktor sikap, faktor harga dan pelayanan, faktor religiusitas dan norma subjektif, faktor kepercayaan, faktor persepsi kontrol perilaku, faktor kebiasaan, faktor kepuasan, dan faktor kesetiaan merek.
3. Faktor gaya hidup halal menjadi faktor yang paling dominan yang memengaruhi konsumen muslim memilih rumah makan bersertifikat halal di Kabupaten Banyumas.

B. Saran

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Faktor menggunakan pendekatan *Exploratory Factor Analysis* (EFA) untuk menganalisis faktor yang memengaruhi konsumen muslim memilih rumah makan bersertifikat halal di Kabupaten Banyumas. Untuk peneliti selanjutnya, dalam melakukan

penelitian dengan cakupan yang lebih luas, disarankan menggunakan pendekatan yang lain seperti pendekatan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA).

Dalam penelitian ini, survei dilakukan menggunakan dua cara yaitu survei secara langsung dan secara online. Penulis berharap untuk peneliti selanjutnya, dalam melakukan survei pada konsumen di sebuah rumah makan, dapat dilakukan survei secara langsung saja agar didapatkan hasil survei yang lebih baik dan lebih sesuai dengan keadaan konsumen dan rumah makan secara langsung.

