

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Hasil analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa:

- a. Halal Logo tidak berpengaruh terhadap *Purchase Intention*. Hal ini dibuktikan perhitungan yang dihasilkan bahwa *p-value* $0,061 > 0,05$ dan nilai *t-statistic* $1,881 < 1,96$.
- b. *Halal Awareness* berpengaruh terhadap *Purchase Intention*. Hal ini dibuktikan perhitungan yang dihasilkan bahwa *p-value* $0,022 < 0,05$ dan nilai *t-statistic* $2,294 > 1,96$.
- c. Halal Logo tidak berpengaruh terhadap *Attitude Towards Halal*. Hal ini dibuktikan perhitungan yang dihasilkan bahwa *p-value* $0,000 < 0,05$ dan nilai *t-statistic* $3,964 > 1,96$.
- d. *Halal Awareness* tidak berpengaruh terhadap *Attitude Towards Halal*. Hal ini dibuktikan perhitungan yang dihasilkan bahwa *p-value* $0,000 < 0,05$ dan nilai *t-statistic* $12,949 < 1,96$.
- e. *Attitude Towards Halal* berpengaruh terhadap *Purchase Intention*. Hal ini dibuktikan perhitungan yang dihasilkan bahwa *p-value* $0,000 < 0,05$ dan nilai *t-statistic* $5,148 > 1,96$.
- f. *Attitude Towards Halal* mampu memediasi hubungan antara *Halal Awareness* terhadap *Purchase Intention*. Hal ini dibuktikan perhitungan yang dihasilkan bahwa melalui uji mediasi pertama

melalui 3 tahap. Model pertama, pada penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen (yaitu variabel *halal awareness* terhadap *purchase intention*) dengan t-statistik $2,294 > 1,96$. Model kedua, digunakan untuk menguji pengaruh variabel eksogen terhadap variabel mediasi (yaitu variabel *halal awareness* terhadap *attitude towards halal*) dengan t-statistik $12,949 > 1,96$. Model ketiga, digunakan untuk menguji secara simultan pengaruh variabel eksogen dan mediasi terhadap variabel endogen (yaitu variabel *halal awareness* terhadap *purchase intention* dengan *attitude towards halal* sebagai variabel mediasi) dengan t-statistik $4,976 > 1,96$.

B. Implikasi

1. Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi para produsen obat herbal di Kabupaten Banyumas agar mencantumkan logo halal pada kemasan produk untuk meningkatkan kesadaran konsumen akan produk halal dan sikap konsumen dalam minat beli mereka. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa indikator ke empat variabel halal logo yaitu HL4 mempunyai nilai faktor tertinggi senilai 0,859 yaitu prioritas pertama saya dalam membeli produk herbal adalah keberadaan logo halal. Hal ini dapat dijadikan masukan bagi produsen obat herbal untuk mencantumkan logo

halal pada kemasan produk mereka untuk meningkatkan minat beli produk.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa indikator ke empat variabel *halal awareness* yaitu HA4 mempunyai nilai faktor tertinggi senilai 0,823 yaitu saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk mengambil keputusan dalam mengkonsumsi suatu produk herbal halal. Hal ini dapat dijadikan masukan bagi produsen obat herbal untuk menambahkan informasi bahan baku halal pada kemasan dan melakukan pemasaran halal untuk produk obat herbal halal sehingga dapat meningkatkan *awareness* konsumen pada produk.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa indikator ke empat variabel *attitude towards halal* yaitu A T H 4 mempunyai nilai faktor tertinggi senilai 0,858 yaitu label halal membuat saya merasa aman untuk mengonsumsi produk herbal. Hal ini dapat dijadikan masukan bagi produsen obat halal bahwa label halal atau logo halal yang ada di kemasan produk akan memberi persepsi atau sikap tersendiri bagi konsumen bahwa produk yang akan dibeli itu aman dan halal untuk dikonsumsi.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa indikator ke tiga variabel *purchase intention* yaitu P I 3 mempunyai nilai faktor tertinggi senilai 0,833 yaitu saya membeli produk bersertifikat halal meskipun harganya lebih mahal. Hal ini dapat dijadikan masukan bagi produsen obat halal bahwa tidak ada masalah yang signifikan dengan

memberikan harga yang lebih dari obat kimia biasa karena obat herbal menawarkan hal yang lebih sehat daripada obat kimia biasa dengan tidak menimbulkan efek samping yang berbahaya.

2. Implikasi Teoritis

Pengobatan herbal telah menjadi alternatif pengobatan terbaik dibandingkan dengan pengobatan alternatif lainnya sejak krisis ekonomi tahun 1997. Saat itu pemerintah melalui Departemen Kesehatan menganjurkan pengobatan herbal dengan menggunakan rempah asli Indonesia di setiap rumah. Dengan banyaknya bahan baku herbal asli Indonesia yang dikembangkan sebagai obat, maka tidak kalah dengan obat kimia yang di produksi dengan memberikan dampak efek samping yang cukup berbahaya bagi tubuh. Dengan adanya logo halal pada produk obat herbal diharapkan orang semakin berminat untuk membeli produk obat herbal halal sehingga pengobatan herbal pun semakin diminati karena dinilai halal dan lebih aman.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa logo halal tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produsen obat herbal belum mampu memaksimalkan keterlibatan logo halal pada setiap kemasan produk mereka. Dengan memberikan pemasaran halal dengan mengajak para konsumen untuk menggunakan obat halal yang sudah pasti dijamin kehalalannya dan keamanannya bagi tubuh tanpa memberikan efek samping yang berbahaya bagi tubuh. Sehingga dengan adanya logo halal

tersebut dapat memberikan *awareness* dan persepsi sikap yang positif dari konsumen untuk tertarik membeli dan mengkonsumsi obat herbal untuk pengobatan mereka.

C. Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian

1. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sehingga penting untuk dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Penyebaran kuesioner ini kurang tersebar secara merata karena peneliti menyebarkan kuesioner lebih banyak dilakukan secara online melalui google form sehingga responden menjawab sesuai dengan yang mereka ketahui.

Peneliti dalam penelitian ini terlalu memfokuskan pada responden yang berusia 18 – 27 tahun sehingga lebih banyak responden dalam rentang usia tersebut yang mengisi kuisisioner dan menyebabkan tidak meratanya proporsional usia para responden yang tertarik pada pengobatan herbal halal.

2. Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang disajikan, peneliti menyampaikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yaitu:

- a. Untuk penelitian yang akan datang, terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi *purchase intention*. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan lebih memperhatikan variabel atau faktor

purchase intention lain agar produsen obat herbal lebih baik kedepannya dalam memproduksi produk nya.

- b. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti dapat meneliti subyek penelitian lain tidak hanya pada klinik pengobatan herbal saja agar penelitian ini dapat mencakup keseluruhan bidang pengobatan herbal.

Bagi produsen obat herbal di Kabupaten Banyumas khususnya bidang pengobatan herbal harus tetap mencantumkan logo halal pada kemasan produk agar konsumen yang mengkonsumsinya pun merasa aman.

