

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh halal *awareness*, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Elformula dengan *country of origin* sebagai variabel moderasi pada Gen Z yang berdomisili di Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilaksanakan dalam penelitian ini, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel halal *awareness* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Elformula pada Gen Z yang berdomisili di Yogyakarta, maka H₁ **diterima**.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Elformula pada Gen Z yang berdomisili di Yogyakarta, maka H₂ **diterima**.
3. Variabel Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Elformula pada Gen Z yang berdomisili di Yogyakarta, maka H₃ **diterima**.
4. Variabel *country of origin* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Elformula pada Gen Z yang berdomisili di Yogyakarta, maka H₄ **ditolak**.

5. Variabel *country of origin* tidak memoderasi hubungan halal *awareness* terhadap keputusan pembelian, maka H₅ **ditolak**.
6. Variabel *country of origin* tidak memoderasi hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, maka H₆ **ditolak**.
7. Variabel *country of origin* tidak memoderasi hubungan harga terhadap keputusan pembelian, maka H₇ **ditolak**.
8. Hasil uji koefisien determinasi model 1 pada penelitian ini diperoleh nilai *adjusted R² square* sebesar 0,903 (90,3%), hasil ini menunjukkan bahwa variabel independen dan moderasi memberikan sumbangan pengaruh sebesar 90,3% terhadap variabel dependen, sedangkan sisanya sebesar 9,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Hasil uji koefisien determinasi model 2 pada penelitian ini diperoleh nilai *adjusted R² square* sebesar 0,906 (90,6%), hasil ini menunjukkan bahwa variabel independen dan moderasi memberikan sumbangan pengaruh sebesar 90,6% terhadap variabel dependen, sedangkan sisanya sebesar 9,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan analisis data dan pembahasan di atas, peneliti memberikan beberapa saran yang bisa digunakan produsen sebagai bahan yang bisa

dipertimbangkan nanti dalam upaya meningkatkan pembelian pada produk Elformula.

1. Bagi Perusahaan Elformula

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis mengajukan saran yang diharapkan dapat memberi manfaat bagi perusahaan Elformula :

- a. Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa halal *awareness* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, perusahaan Elformula dapat meningkatkan komunikasi mengenai sertifikat halal, menambahkan informasi kehalalan dan keamanan produk secara lebih jelas melalui kemasan produk. Hal ini penting untuk memperkuat citra positif dan kepercayaan konsumen, terutama dalam menghadapi persaingan dengan produk serupa di pasar. Strategi ini bisa dilakukan oleh perusahaan Elformula dengan melakukan kerjasama dengan LPPOM MUI agar dapat meningkatkan halal *awareness* dengan memberikan edukasi berupa informasi dan pengetahuan terkait konsep halal.
- b. Hasil penelitian kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu Elformula harus terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk. Hal ini bisa dilakukan dengan memberikan testimoni pengguna, dan menjelaskan manfaat produk secara lebih detail pada media

promosi. Dengan demikian, konsumen akan lebih menyadari kualitas produk Elformula.

- c. Dari segi harga terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, Elformula perlu memastikan bahwa harga produk tetap kompetitif dan sesuai dengan daya beli Gen Z. Strategi harga yang disarankan mencakup pemberian harga paket, diskon khusus pada momen tertentu agar konsumen merasa mendapatkan mafaat dari harga yang dibayarkan.
- d. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Country of Origin* tidak memoderasi hubungan halal *awareness*, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Perusahaan Elformula sebaiknya lebih fokus ke sertifikat halal, keamanan bahan, dan transparansi proses produksi guna meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim. Selain itu, Elformula perlu terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk secara konsisten serta menetapkan harga yang sesuai dengan mafaat dan daya beli konsumen Gen Z. Dengan demikian, keputusan pembelian Gen Z dapat meningkat tanpa bergantung pada persepsi negara asal produk.

2. Bagi penulis selanjutnya

Bagi penulis selanjutnya, diharapkan untuk memperluas wilayah penelitian ke daerah lain, melibatkan segmen usia yang berbeda, dan menggunakan produk yang berbeda yang belum digunakan dalam

penelitian ini, karena penelitian yang menggunakan lebih banyak variabel dan sampel akan memungkinkan dapat memperoleh kesimpulan yang lebih baik.