

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian penjelasan pada pembahasan sebelumnya, peneliti dapat menarik kesimpulan secara keseluruhan sebagai berikut:

1. Produk Halal, harga, umur, tingkat pendapatan, dan tingkat pendidikan merupakan variabel independen, sedangkan berbelanja di minimarket merupakan variabel dependen. Dalam penelitian ini hanya ada satu variabel yang signifikan yaitu umur dengan nilai signifikan $0,022 < 0,05$. sedangkan produk halal, harga, umur, dan tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu berbelanja di minimarket.
2. Karakteristik masyarakat muslim pedesaan berbelanja di Minimarket yang ada di Kecamatan Ulaweng, yaitu semakin rendah tingkat umur maka semakin kecil loyalitas masyarakat berbelanja di minimarket, sebaliknya semakin tinggi tingkat usiamaka semakin besar pula loyalitas masyarakat dalam berbelanja di minimaarket.
3. Tingkat probabilitas masyarakat berbelanja di minimarket dengan pendekatan masalah adalah sebesar 0,96 atau 96%, dengan umur sebesar 38 tahun. Maka jika umur 38 tahun maka peluang berbelanja di minimarket dengan pendekatan masalah sebesar 96%. Sedangkan peluang tidak berbelanja di minimarket sebesar 0,04 atau 4 %. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa persentase probabilitas masyarakat muslim pedesaan berbelanja di minimarket yang ada di Kecamatan Ulaweng dapat meningkat dan menurun sesuai dengan tinggi rendahnya tingkat umur.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian terdapat saran dari peneliti yang naninya dapat menjadi pertimbangan masyarakat dan peneliti selanjutnya agar menjadi lebih baik lagi, yaitu:

1. Bagi Masyarakat

Dalam di Minimarket, masyarakat lebih memperhatikan produk halal atau lebih jeli dan teliti dalam memilah produk yang ditawarkan dan untuk dikonsumsi, karena hal ini merupakan pertimbangan paling utama bagi masyarakat muslim.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya meliputi variabel produk halal, harga, umur, tingkat pendapatan, dan tingkat pendidikan sebagai variabel independen, dan berbelanja di Minimarket sebagai variabel dependen. Dalam penelitian ini semua variabel independen berpengaruh positif akan tetapi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Untuk itu, penelitian selanjutnya diharapkan bisa mengembangkan dan menemukan variabel yang mempengaruhi pembelian produk kemasan di Minimarket.

C. Implikasi

Penelitian ini menunjukkan faktor yang mempengaruhi dan karakteristik masyarakat muslim pedesaan berbelanja di Minimarket Kecamatan Ulaweng dan akan menjadi pertimbangan utama masyarakat dalam melakukan pembelian produk halal. Tingkat umur merupakan faktor yang dapat menentukan besar kecilnya tingkat berbelanja di Minimarket Kecamatan Ulaweng.