

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini mengenai Pengaruh Persepsi Kehalalan Produk, *Brand Image*, dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada J.CO Donuts & Coffee Adam Malik Medan, maka peneliti mengambil beberapa simpulan dan saran sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian Konsumen pada J.CO Donuts & Coffee Adam Malik Medan masih rendah yaitu 26,7% apabila perusahaan tidak memperhatikan kehalalan produk, *brand image* dan diferensiasi produk.
2. Persepsi Kehalalan Produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada J.CO Donuts & Coffee Adam Malik Medan.
3. *Brand Image* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada J.CO Donuts & Coffee Adam Malik.
4. Diferensiasi Produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada J.CO Donuts & Coffee Adam Malik Medan.
5. Persepsi kehalalan produk, *brand image*, dan diferensiasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada J.CO Donuts & Coffee Adam Malik Medan.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diperoleh, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan J.CO Donuts & Coffee Adam Malik Medan agar memperhatikan keputusan pembelian konsumen karena keputusan pembelian konsumen masih dalam kategori rendah yaitu sebesar 26,7% apabila tidak memperhatikan kehalalan produk, *brand image* dan diferensiasi produk.
2. Bagi perusahaan J.CO Donuts & Coffee sebaiknya untuk melihat dan menampilkan pentingnya keberadaan label halal di J.CO Donuts & Coffee Adam Malik Medan agar memberikan nilai positif merek kehalalan produk di benak konsumen.
3. Bagi perusahaan J.CO Donuts & Coffee sebaiknya perlu meningkatkan *brand image* di J.CO Donuts & Coffee Adam Malik Medan untuk memberikan nilai positif atas citra merek produk di benak konsumen.
4. Bagi perusahaan J.CO Donuts & Coffee sebaiknya tetap menjaga dan meningkatkan diferensiasi produk di J.CO Donuts & Coffee Adam Malik Medan, sehingga mampu memberikan nilai tambah atas produk yang ditawarkan kepada konsumen untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
5. Bagi para peneliti selanjutnya, hendaknya dalam melakukan penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel yang lainnya yang kiranya dapat memperluas penelitian ini. Karena tidak menutup kemungkinan hasil yang didapat akan semakin menambah wawasan peneliti dan pembaca.