

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan “*Awareness Level Konsumen Muslim Indonesia Pada Halal Brand Product*” maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. *Awareness level* konsumen Indonesia pada variabel *Religious Belief*, *Health Reason*, dan *Halal Awareness* masuk kedalam kategori sangat tinggi. Sedangkan *Logo Sertification* dan *Exposure* masuk kedalam kategori tinggi.
2. Faktor – faktor yang mempengaruhi Halal Awareness adalah *Religious Belief*, *Logo Sertification* dan *Exposure*.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran bagi perusahaan yang bergerak pada industri produk halal maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Menyarankan kepada pihak perusahaan yang bergerak pada industri produk halal untuk lebih meningkatkan startegi pemasaran terkait dengan kampanye halal brand product dimana saat ini antusiasme konsumen terhadap halal brand product sangat tinggi, hal tersebut terlihat pada tingginya tingkat awareness level konsumen muslim Indonesia terutama di provinsi Lampung.
2. Menyarankan kepada pihak perusahaan yang bergerak pada industri produk halal untuk lebih memberi edukasi / promosi kepada konsumen mengenai *halal brand product* sehingga dapat meningkatkan *halal awareness* konsumen untuk membeli produk halal.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan lagi untuk mengeksplorasi lebih mendetail mengenai niat konsumen untuk membeli produk halal yang berfokus pada produk perusahaan manufaktur atau jasa.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan lagi untuk menambah variabel pemasaran halal, persepsi personal pribadi, dan niat konsumen untuk membeli produk halal agar penelitian ini bisa menjadi lebih baik lagi.