

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang sudah dijelaskan didalam penelitian ini mengenai *online review* youtube dan labelisasi halal terhadap kepercayaan pada produk mie Samyang di wilayah kota Bekasi maka ditarik kesimpulannya sebagai berikut:

1. Pada variabel *online review* youtube memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pada produk mie instan Samyang. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil T hitung 3,486. Hal ini dibuktikan dengan hasil T hitung lebih besar dari T tabel yaitu sebesar $(3,486 > 1,985)$ dan nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar $(0,001 < 0,05)$. Maka dapat diartikan bahwa variabel *online review* youtube (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan (Y) pada produk mie instan Samyang
2. Pada variabel labelisasi halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pada produk mie instan Samyang. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil Thitung 6,914. Hal ini dibuktikan dengan hasil Thitung lebih besar dari Ttabel yaitu sebesar $(6,914 > 1,985)$ dan nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar $(0,000 < 0,05)$. Maka dapat diartikan bahwa variabel labelisasi halal (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan (Y) pada produk mie instan Samyang.
3. Hasil nilai regresi linear berganda yang didapat yaitu $Y = Y = 14,074 + 0,175X_1 + 0,698X_2 + e$ artinya variabel online review youtube (X1) dan labelisasi halal (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (Y). Nilai R square 0,533 atau 53,3% sedangkan sisanya sebesar 0,467 atau 46,7% telah dijelaskan pada variabel lain yang tidak dilakukan pada penelitian ini. Hasil uji pengaruh secara bersama-sama melalui uji Fhitung maka nilai uji F pada penelitian ini sebesar sebesar 55,282 dengan nilai sig sebesar 0,000. Maka dapat diartikan bahwa nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai Fhitung

lebih besar dari F_{tabel} yaitu sebesar $(55,282 > 3,09)$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu *online review* youtube (X1) dan labelisasi halal (X2) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh signifikansi terhadap variabel terikat kepercayaan (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, maka selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan membawa manfaat bagi pihak terkait dengan penelitian ini:

1. Adanya *samyang challenge* produsen Samyang dapat mengevaluasi untuk mengenali selera konsumen, pihak Samyang perlu sadar akan pentingnya *review* konsumen karena *review* youtube sebagai alat pemasaran mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen, maka diperlukan kerja sama antara produsen dan *food vlogger*.
2. Terkait labelisasi halal kepada peran tokoh agama agar nantinya tokoh agama kepada masyarakat bahwa produk mie Samyang sudah halal dan aman dikonsumsi oleh masyarakat, dengan mengsosialisasikan produk halal dan mengajak masyarakat melakukan literasi halal sebagai pengetahuan masyarakat untuk paham tentang kesadaran halal pada suatu produk.