

## BAB V

### SIMPULAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Variabel *brand image* secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat beli Mixue di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Variabel sertifikasi halal secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat beli Mixue di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Variabel *brand image* dan sertifikasi halal secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat beli Mixue di Daerah Istimewa Yogyakarta.
4. Nilai koefisien determinasi menunjukkan *brand image* dan sertifikasi halal berpengaruh sebesar 44,7% terhadap minat beli Mixue di Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### 5.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, berikut ini adalah beberapa saran yang diberikan.

1. Bagi perusahaan agar membangun *brand image* yang positif dengan cara mempertahankan kualitas produk, meningkatkan segi pelayanan, sehingga konsumen yakin bahwa biaya untuk membeli produk sepadan dengan rasa dan kualitas yang didapatkan.
2. Hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa pengaruh sertifikasi halal terhadap minat beli hanya sebesar 0,267, sementara hasil pengaruh

*brand image* terhadap minat beli sebesar 0,872. Sehingga diharapkan lembaga atau instansi yang berwenang untuk lebih menyosialisasikan pentingnya sertifikasi halal sehingga kesadaran halal masyarakat terbangun dan meningkat.

3. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang serupa, agar dapat menambah variabel-variabel prediktor lainnya yang berkemungkinan menjadi faktor dan berpengaruh terhadap minat beli. Karena ditemukan hasil bahwa terdapat sebesar 55,3% minat beli dipengaruhi oleh variabel yang belum digunakan dan diteliti dalam penelitian ini.