

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis menyimpulkan bahwa kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli, hal ini berarti semakin tinggi tingkat kesadaran halal konsumen maka niat membeli akan semakin tinggi
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis menyimpulkan bahwa logo halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli, hal ini berarti semakin baik logo halal konsumen maka niat membeli akan semakin tinggi
3. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis menyimpulkan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli, hal ini berarti semakin baik sikap konsumen maka niat membeli akan semakin tinggi
4. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis menyimpulkan bahwa pengetahuan makanan halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli, hal ini berarti semakin tinggi tingkat pengetahuan makanan halal konsumen maka niat membeli akan semakin tinggi
5. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis menyimpulkan bahwa niat membeli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli, hal ini berarti semakin tinggi niat membeli konsumen maka keputusan membeli akan semakin tinggi

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini memiliki beberapa implikasi teoritis sebagai berikut:

1. Penelitian ini memiliki kontribusi terhadap wawasan tentang bagaimana konsumen Muslim dan non-Muslim sadar akan logo halal dan produk makanan halal. Temuan penelitian ini dapat

- digunakan untuk mengembangkan produk halal untuk menarik konsumen Muslim dan non-Muslim yang asing ke negara tertentu.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas literatur terkait kajian makanan halal, yang dapat dikembangkan untuk penelitian selanjutnya. Studi ini akan memungkinkan peneliti untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan dengan membandingkan konsumen Muslim dan non-Muslim terhadap pembelian produk makanan halal di masa depan.

5.2.2 Implikasi Praktis

1. Bagi Produsen untuk menyadari bahwa pentingnya produk halal dan mempersiapkan permohonan sertifikasi halal pada produk yang dibuatnya. Guna memberikan kepastian dan perlindungan terhadap konsumen yang mengkonsumsinya serta meningkatkan daya jual produk di pasaran. Selain itu penulis juga berharap agar produsen dapat menjaga konsistensi kehalalan produknya.

5.2.3 Implikasi Manajerial

1. Peningkatan niat membeli konsumen melalui pengetahuan terkait produk makanan halal menjadi hal sangat penting untuk diperhatikan. Konsumen yang memiliki pengetahuan tinggi terkait produk makanan halal cenderung akan memiliki niat membeli yang tinggi yang berdampak pada keputusan membeli yang tinggi.
2. Kesadaran terkait produk makanan halal juga menjadi pemicu konsumen dalam melakukan niat dan keputusan membeli, hal ini menunjukkan bahwa konsumen secara sadar dapat mengidentifikasi dan membedakan terkait produk yang baik untuk dikonsumsi dengan proses yang halal.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada variabel kesadaran halal, logo halal, sikap dan pengetahuan makanan halal yang diukur dalam penelitian ini,

perlu untuk mengukur pengaruh lain seperti kualitas halal, religiositas dalam penelitian mendatang.

2. Penelitian akan datang dapat mempertimbangkan karakteristik sosio-demografis pada niat dan perilaku pembelian konsumen non-Muslim terhadap produk makanan halal.

