

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

1. Seluruh responden berusia 18 – 24 tahun yang terdiri dari 42,3% responden laki-laki dan 57,7% responden perempuan. Sebagian besar responden tidak pernah menempuh pendidikan keagamaan (MI, MTs, atau MA), memiliki uang saku perbulan sebesar 1.000.000 – 2.000.000 rupiah, dan mengeluarkan uang sekitar 25.000 – 50.000 rupiah dalam 1 kali transaksi dengan menggunakan aplikasi jasa *online*. Aplikasi jasa *online* yang sering digunakan oleh responden adalah *Gojek* dengan rata-rata frekuensi penggunaan 3 – 5 kali dalam 1 bulan terakhir.
2. Sebanyak 63,1% responden memiliki persepsi yang tinggi tentang makanan halal dan *thayyib*, sedangkan 36,9% responden memiliki persepsi yang rendah tentang makanan halal dan *thayyib*.
3. Sebanyak 55% responden memberikan penilaian cukup, 23% responden memberikan penilaian baik, dan 22% responden memberikan penilaian buruk terhadap deskripsi produk.
4. Terdapat hubungan antara persepsi tentang makanan halal dan *thayyib* dengan keputusan pembelian makanan melalui aplikasi jasa *online* ( $p < 0,05$ ).
5. Terdapat hubungan antara deskripsi produk dengan keputusan pembelian makanan melalui aplikasi jasa *online* ( $p < 0,05$ ).

### B. Saran

1. Bagi konsumen/pembeli *online*

Konsumen hendaknya melakukan pengecekan pada deskripsi atau informasi produk yang tertera pada aplikasi jasa *online* untuk dapat mengetahui secara lebih jelas mengenai makanan yang akan dibeli. Selain itu, konsumen hendaknya mengutamakan prinsip halal dan *thayyib* dalam membeli dan memilih makanan, seperti membeli makanan bermanfaat bagi tubuh dan tidak berlebihan dalam membeli makanan.

## 2. Bagi pelaku usaha

Pelaku usaha hendaknya menyediakan informasi yang cukup pada aplikasi jasa *online* untuk membantu konsumen dalam mempersepsikan produk makanan yang ditawarkan. Selain itu, pelaku usaha diharapkan untuk memproduksi makanan dengan menerapkan syariat Islam walaupun masih belum memiliki sertifikat halal. Pelaku usaha juga hendaknya menyediakan makanan yang sesuai dengan produk yang ditawarkan pada aplikasi jasa *online* sehingga konsumen dapat merasa puas dengan makanan yang telah dibeli.

## 3. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian selanjutnya hendaknya membahas variabel deskripsi produk secara lebih rinci dengan mengembangkan variabel tersebut menjadi variabel kualitas informasi yang tertera pada aplikasi jasa *online*. Selain itu, pengumpulan data secara kualitatif dapat dilakukan untuk memperdalam hasil penelitian.

