

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara label halal terhadap minat beli, dan seberapa pengaruh label halal tersebut terhadap minat beli, dan apakah terdapat faktor lain yang mempengaruhi minat beli selain label halal. Maka kesimpulannya sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan label halal (X) terhadap minat beli produk *frozen food* pada masyarakat (Y) dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($12,646 > 1,66$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, membuktikan H_1 diterima yang artinya Label halal berpengaruh terhadap minat beli dan H_0 ditolak.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi atau *R square* sebesar 0,620 atau 62% sedangkan sisanya 38% dipengaruhi faktor lain seperti harga, kualitas, pelayanan dan merek.

B. Saran

Adanya kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan untuk peneliti selanjutnya, dan dapat memperluas dengan menambah faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena variabel penelitian yang digunakan hanya terbatas yaitu pengaruh label halal.

Dimungkinkan masih banyak variabel lain yang dapat dijadikan alat ukur untuk mengukur keputusan pembelian.

2. Bagi Masyarakat

Peneliti menyarankan bagi masyarakat khususnya generasi milenial untuk tetap memiliki kemampuan memilah dan memilih barang konsumsi yang layak dan terhindar dari zat-zat haram, agar hidup aman dan batin pun tenang.

Bagi Toko Prima Freshmart diharapkan selalu menyediakan stok *frozen food* yang berlabel halal agar para konsumen aman dalam mengkonsumsi terlebih konsumen yang berstatus Muslim.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan mampu melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk *Frozen Food* dan lebih memperluas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian selain label halal, yaitu harga, merek, kualitas dan pelayanan. Karena dalam penelitian ini terbatas yaitu hanya membahas label halal.