

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Pada bab ini, penulis akan membahas kesimpulan penelitian berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dan analisa yang telah dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS 23, dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi halal (X) berpengaruh terhadap minat beli (Y). Setelah pengujian yang dilakukan, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5.720. Pengujian ini menggunakan uji dua pihak dengan signifikansi 5% menggunakan rumus:  $\alpha/2$ ;  $df= 100-1 = 99$  (lihat nilai t tabel) = 1.98422. Jadi, nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5.720 >  $t_{table}$  sebesar 1.98422 dapat diputuskan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya literasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Dari hasil uji koefisien determinasi literasi halal memiliki pengaruh sebesar 25% terhadap minat beli. Sedangkan sisanya ( $1 - 0.250 = 0.750$  atau 75%) dipengaruhi oleh faktor lain diluar variable yang tidak diteliti dalam penelitian ini. dan Hubungan antara variabel literasi halal dengan minat beli didapat dari hasil uji korelasi (R) sebesar 0,5 atau 50% artinya hubungan ini dinyatakan sedang.

## **B. Saran**

Pada bagian ini, penulis bermaksud mengajukan beberapa saran kepada beberapa pihak yang berkaitan dengan pembahasan yang telah dilakukan, adapun saran tersebut antara lain:

1. Bagi para produsen makanan sebaiknya mempertimbangkan faktor literasi halal konsumen. Umat Muslim sekarang ini bukan hanya sekedar menjadi umat agama Islam melainkan menjadi konsumen yang peka terhadap kehalalan produk yang dikonsumsi dan dapat menjadi pasar potensial produk makanan halal.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi minat beli produk makanan halal.