

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup Halal dan Literasi Halal Terhadap Preferensi Pembelian Pada Produk Fashion Muslim (Studi Pada Mahasiswi Komunitas FoSSEI Banten) dapat disimpulkan:

1. Gaya hidup halal memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi pembelian dengan nilai variabel gaya hidup halal $t_{hitung} 3.046 > t_{tabel} 2.052$ dengan tingkat signifikansi yang digunakan peneliti yaitu 0.05. Pada tabel diperoleh nilai sig sebesar 0.005 yang berarti $0.005 < 0.05$
2. Literasi halal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi pembelian dengan nilai variabel literasi halal $t_{hitung} 1.559 < t_{tabel} 2.052$ dengan tingkat signifikansi yang

digunakan peneliti yaitu 0.05. Pada tabel diperoleh nilai sig sebesar 0.131 yang berarti $0.131 > 0.05$.

3. Gaya hidup halal dan literasi halal memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi pembelian dengan nilai f_{hitung} $38.327 > 3.354 f_{tabel}$ dengan taraf nilai signifikansi 5%, yaitu sebesar $0.000 < 0.05$.
4. Besarnya pengaruh gaya hidup halal dan literasi halal terhadap preferensi pembelian adalah 74% dan sisanya 26% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti harga, promosi, atau kualitas produk.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat mengajukan saran sebagai berikut:

1. Penulis memberikan saran bagi komunitas FoSSEI Banten mengingat gaya hidup halal berpengaruh signifikan terhadap preferensi pembelian, komunitas dapat mengembangkan program edukasi dan kegiatan yang mendorong penerapan gaya hidup halal secara lebih luas. Misalnya, melalui seminar, pelatihan, atau kampanye yang menekankan

pentingnya integrasi gaya hidup halal dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam memilih produk fashion muslim.

2. Bagi Akademisi atau Peneliti Selanjutnya. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperdalam studi tentang literasi halal, mengingat hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi halal tidak berpengaruh signifikan secara individu terhadap preferensi pembelian. Hal ini dapat dilakukan dengan mengeksplorasi aspek literasi halal yang lebih spesifik, seperti pemahaman konsumen terhadap sertifikasi halal atau pengaruhnya pada keputusan pembelian di segmen produk lain. Penelitian dengan populasi yang lebih luas atau di wilayah yang berbeda juga dapat memberikan hasil yang lebih variatif.
3. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel seperti harga, promosi, atau kualitas produk, serta memperluas cakupan populasi di luar komunitas FoSSEI Banten atau segmen usia yang lebih beragam, guna menghasilkan temuan yang lebih komprehensif dan relevan.