

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa sertifikasi halal memberikan kontribusi sebesar 41,2% terhadap variasi keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan label halal menjadi salah satu pertimbangan penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian, terutama bagi konsumen Muslim. Sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sertifikasi halal dengan keputusan pembelian produk makanan kemasan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kesadaran dan kepercayaan konsumen terhadap label halal, maka semakin besar kemungkinan konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut.

2. Semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap sertifikasi halal, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk membeli produk tersebut.

Label halal dianggap memberikan jaminan atas kehalalan dan kebersihan produk, sehingga meningkatkan rasa aman dan kepercayaan konsumen dalam melakukan pembelian. Aspek kepercayaan terhadap label halal sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen lebih cenderung memilih produk yang sudah memiliki label halal dari lembaga resmi (seperti MUI), karena dianggap aman, bersih, dan sesuai dengan syariat Islam.

3. Sertifikasi halal menjadi faktor diferensiasi yang memperkuat daya saing produk makanan kemasan.

Di tengah maraknya produk makanan yang beredar di pasaran, label halal dapat menjadi nilai tambah yang mendorong konsumen untuk memilih produk tertentu dibandingkan produk sejenis tanpa label halal. Konsumen muslim lebih mempertimbangkan aspek kehalalan dalam pembelian. Mayoritas responden dalam penelitian ini mengakui bahwa kehalalan produk merupakan salah satu prioritas utama dalam memilih makanan kemasan, khususnya di daerah dengan penduduk mayoritas muslim.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi produsen makanan kemasan:

Disarankan untuk segera mengurus sertifikasi halal dan mencantumkannya secara jelas pada kemasan produk. Label halal dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat

konsumen, terutama di pasar yang mayoritas penduduknya beragama Islam.

2. Bagi konsumen:

Hendaknya lebih selektif dalam memilih produk makanan kemasan, dengan memperhatikan keberadaan label halal sebagai jaminan atas keamanan dan kesesuaian produk dengan prinsip keagamaan.

1. Bagi pemerintah dan LPPOM MUI,

Diharapkan terus memberikan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat tentang pentingnya memahami label halal, serta meningkatkan pengawasan terhadap produk yang belum bersertifikat halal.

2. Bagi peneliti selanjutnya:

Disarankan untuk memperluas variabel penelitian, seperti menambahkan faktor harga, kualitas produk, atau iklan, agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk makanan kemasan.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

1. Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel bebas, yaitu sertifikasi halal.
2. Jumlah responden terbatas pada konsumen di satu wilayah tertentu, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi ke seluruh populasi.

3. Penelitian ini hanya menggunakan pendekatan kuantitatif, tanpa menggali lebih dalam persepsi konsumen secara kualitatif.