

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik suatu simpulan mengenai “Pengaruh Pengetahuan Halal terhadap Keputusan Pembelian Makanan Halal di Daerah Minoritas Muslim dengan Kepercayaan Halal sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Rumah Makan di Jalan Lintas Kandis Kabupaten Siak Provinsi Riau)”. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 110 responden yang merupakan pelanggan rumah makan. Setelah dilakukan pengujian hipotesis, peneliti sampai pada kesimpulan bahwa:

1. Di tempat-tempat yang dihuni oleh minoritas Muslim, keputusan untuk membeli makanan halal dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel Pengetahuan Halal. Nilai t-statistik sebesar 4,655, yang lebih tinggi dari 1,967, dan nilai-P sebesar 0,000, yang lebih rendah dari 0,05, serta sampel asli 0,418 ketiganya mendukung hal ini.
2. Di tempat-tempat yang dihuni oleh minoritas Muslim, variabel Pengetahuan Halal juga secara signifikan dan positif mempengaruhi tingkat kepercayaan (Kepercayaan Halal) dalam membeli makanan halal. T-statistik sebesar 23,145 yang lebih besar dari 1,967, dan nilai-P sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05 serta sampel asli 0,817 memberikan bukti tentang hal ini.

3. Dengan t-statistik sebesar 5,135 lebih dari 1,967 dan nilai-P sebesar 0,000 kurang dari 0,05, serta sampel asli 0,416 variabel Kepercayaan Halal secara signifikan dan positif memengaruhi keputusan untuk membeli makanan halal di lokasi minoritas Muslim.
4. Melalui fungsi mediasi Kepercayaan Halal di komunitas minoritas Muslim, Pengetahuan Halal juga memiliki dampak positif dan penting terhadap pilihan untuk membeli makanan halal. T-statistik sebesar 5,140 yang lebih besar dari 1,967, dan nilai-P sebesar 0,000, yang kurang dari 0,05, serta sampel asli 0,377 mendukung hal ini.

B. Keterbatasan Penelitian

Berikut ini adalah beberapa keterbatasan atau kekurangan dalam penelitian ini:

1. Hasil penelitian ini tidak dapat diterapkan di lokasi minoritas Muslim lainnya di Indonesia karena cakupan geografisnya terbatas di Desa Kandis Kota, Kecamatan Kandis, Kabupaten Siak, Provinsi Riau.
2. Karena responden dipilih berdasarkan aksesibilitas dan bukan secara acak, teknik pengambilan sampel non-probabilistik sampling tak sengaja mengurangi representasi.
3. Karena hanya ada 110 responden, temuan penelitian mungkin tidak secara akurat mewakili preferensi pelanggan Muslim secara umum.

4. Variabel yang diteliti masih terbatas pada dampak pengetahuan halal dan kepercayaan halal terhadap keputusan pembelian; analisis lebih lanjut belum dilakukan pada aspek lain termasuk religiusitas, persepsi risiko, dan sertifikasi halal.

C. Saran

Penulis menawarkan rekomendasi berikut berdasarkan temuan dan kendala yang ada:

1. Untuk memberikan hasil yang lebih menyeluruh dan dapat digeneralisasikan, disarankan agar cakupan wilayah diperluas ke lokasi minoritas Muslim tambahan untuk penelitian selanjutnya.
2. Untuk mengumpulkan data yang lebih mewakili komunitas yang diteliti, diharapkan penelitian selanjutnya akan menggunakan pendekatan pengambilan sampel probabilitas.
3. Untuk mendapatkan temuan yang lebih komprehensif, disarankan untuk menyertakan faktor-faktor tambahan yang memengaruhi keputusan pembelian, seperti kepercayaan sertifikasi, ketaatan beragama, atau citra merek.
4. Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, pelaku usaha, pemilik restoran, atau pelaku bisnis makanan di wilayah minoritas Muslim didesak untuk memberikan edukasi dan label yang jelas mengenai kehalalan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Dewi Nabila, and Khusnul Fikriyah. "Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 4, no. 3 (2021): 215–29. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n3.p215-229>.
- Afriyanti, Nonic. *Theory Of Planned Behavior Mendeteksi Intensi Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah*. Edited by Mesi Herawati. Yogyakarta, 2021.
- Al-ansi, Amr, Hossein G T Olya, and Heesup Han. "International Journal of Hospitality Management Effect of General Risk on Trust , Satisfaction , and Recommendation Intention for Halal Food." *International Journal of Hospitality Management*, no. October (2018): 0–1. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.10.017>.
- Ali, Muchtar. "Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah Dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal." *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah* 16, no. 2 (2016): 291–306. <https://doi.org/10.15408/ajis.v16i2.4459>.
- Auliya Izzah Hasanah, Rizka Fauziah, and MM Rachmad Risqy Kurniawan, SEI. "Konsep Makanan Halal Dan Thayyib Dalam Perspektif Al-Qur'an Auliya Izzah Hasanah." *Ulumul Qur'an: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir* x (2021): 10.
- Bahri, Syamsul, and Ahmad Efendi. "Analisis Peluang Dan Tantangan Produk Halal Makanan Dan Minuman Di Indonesia." *Islamic Economic and Business Journal* 5, no. 1 (2023): 1–13. <https://doi.org/10.30863/iebjournal.v5i1.4214>.
- BPS. "Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan Dan Jenis Kelamin Di Kabupaten Siak (Jiwa), 2023-2025." Badan Pusat Statistik Kabupaten Siak, 2024. <https://siakkab.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk5IzI=/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-siak.html>.
- Dwi Poetra, Ramadhika. "Konsumen Muslim: Pengetahuan Produk Halal Dalam Keputusan Pembelian Makanan." *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local*. 1, no. 69 (2019): 5–24. https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/746/jbptunikompp-gdl-adityaekap-37291-2-unikom_a-2.pdf.
- Effendy, R R H, and R N Rubiyanti. "Pengaruh Brand Perceived Quality Terhadap Brand Purchase Intention Dengan Intervening Halal Brand Trust (Studi Pada Wardah Kosmetik Instaperfect Series)." *EProceedings ...* 6, no. 3 (2019): 6045–52. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11429%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/mana>

gement/article/viewFile/11429/11292.

- Febrilyantri, Candra. "The Influence of Halal Knowledge and Labeling on Food Product Purchase Decisions." *Invest Journal of Sharia & Economic Law* 2, no. 2 (2022): 106–25. <https://doi.org/10.21154/invest.v2i2.3946>.
- Firmansyah, M. Anang, and Mm Se. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Fitria, Zila Rahmatul. "Hubungan Citra Merek (Brand Image) Dengan Keputusan Membeli Kartu Simpati Pada Mahasiswa UIN Suska Riau." *Journal of Chemical Information and Modeling* 2, no. 9 (2014): 11–23. <http://repository.uin-suska.ac.id/6210/>.
- Golnaz, R., M. Zainalabidin, S. Mad Nasir, and F. C. Eddie Chiew. "Non-Muslims' Awareness of Halal Principles and Related Food Products in Malaysia." *International Food Research Journal* 17, no. 3 (2010): 667–74. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/68031038/Non-Muslims_20awareness_20of_20Halal_20principles_20and_20related_20food-libre.pdf?1626107798=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DNon_Muslims_awareness_of_Halal_principle.pdf&Expires=1728311170.
- Hair, Joseph F, Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, and Christian M. Ringle. "The Results of PLS-SEM Article Information." *European Business Review* 31, no. 1 (2019): 2–24.
- Helminah, Novyana. "Pengaruh Label Halal Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah: Studi Pada Konsumen Wardah Di Kota Bandung." *Semanticscholar.Org*, 2020. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:22618205>.
- Hunainah, Hunainah, Fathul Zannah, Ade Shalahudin Permadi, and Asep Solikhin. "Pembinaan Nilai-Nilai Keislaman Bagi Masyarakat Muslim Minoritas Di Desa Handiwung Kabupaten Katingan." *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 1 (2022): 30. <https://doi.org/10.20527/btjpm.v4i1.4365>.
- Ibrahim, Arnis Inrani, and Riska Damayanti. "Kepedulian Masyarakat Muslim Terhadap Makanan Halal Di Daerah Minoritas (Studi Majelis Masjid Nurul Falah Kabupaten Tana Toraja)." *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial Dan Budaya* 2, no. 1 (2021): 1–10. <https://doi.org/10.55623/ad.v2i1.59>.
- Iqbal, Muhammad, and Maharani Dyah Kusumawardhani. "Pengaruh Kesadaran Halal, Religiusitas, Dan Pengetahuan Produk Halal Mahasiswa Muslim Dalam Melakukan Pembelian Makanan Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam

- Indonesia).” *Ajje* 07 (2023): 23–32. <https://doi.org/10.20885/ajje.vol7.iss1.art4>.
- Kartini, T. “Pengaruh Harga, Kualit As Produk Dan Pengetahuan Konsumen Tentang Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Pengunjung Kfc Cabang Daan Mogot Jakarta Barat).” *Semanticscholar.Org*, 2019. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:201461643>.
- Kuncoro, Hedwika Avila Diva Putri, and Nurrani Kusumawati. “A Study of Customer Preference, Customer Perceived Value, Sales Promotion, and Social Media Marketing Towards Purchase Decision of Sleeping Product in Generation Z.” *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs* 3, no. 9 (2021): 265–76. <https://doi.org/10.35631/aijbes.39018>.
- Lisdiani, Nur Linna Isti, and Arna Asna Annisa. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Pengetahuan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fiesta Chicken Nugget Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.” *Invest Journal of Sharia & Economic Law* 2, no. 1 (2022): 79–91. <https://doi.org/10.21154/invest.v2i1.3830>.
- Mandili, Irhamna, Amron Zarkasih, Rika Syahmewah Munthe, and Erni Wahyuni. “Effect of Product Quality , Customer Satisfaction , Trust , and Brand Image on Repurchase Intention . Case Study : Halal Cosmetic Products.” *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* 5, no. 2009 (2022): 10802–9.
- Marta, Martavia, and Nila Sa’adati. “Keputusan Pembelian Halal Food: Peran Pengetahuan Produk, Labelisasi Halal, Dan Religiusitas.” *Journal of Halal Industry Studies* 1, no. 2 (2022): 101–11. <https://doi.org/10.53088/jhis.v1i2.753>.
- Martianto, Ishma Alfisa, Sri Setyo Iriani, and Andre Dwijanto Witjaksono. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7, no. 3 (2023): 1370–85. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>.
- Moniaga, Veronica, Tinneke E M Sumual, and Lydia Kumajas. “Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Produk Wardah Sebagai Kosmetik Halal Melalui Sikap Konsumen” 4, no. 1 (2023): 67–80. <https://ejurnal.unima.ac.id/index.php/manajemen-dan-kewirausahaan/article/view/6789/3393>.
- Musthofa, Ariezal, and Burhanudin Buhanudin. “Konsumen Muslim: Pengetahuan Produk Halal Dalam Keputusan Pembelian Makanan.” *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2021): 81–97. <https://doi.org/10.24090/ej.v9i1.4693>.
- Nasution, Eliza Mahzura, and Umami Azhany Husna Nasution. “Konsumsi Makanan Halal Dan Haram Dalam Perspektif Al-Qur’an Dan Hadis.” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 3, No 2 (2023): 2781–90.

- Nurrachmi, Intan, Setiawan, and Udin Saripudin. "Motivation for Purchasing Halal Products: The Influence of Religiosity, Trust, and Satisfaction." *Humanities & Social Sciences Reviews* 8, no. 5 (2020): 210–18. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.8520>.
- Pebriyanti, Fuji, Wina Rahmasarita, and Muhsin. "Pengaruh Halal Wareness Dan Halal Certification Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Generasi Z." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7, no. 1 (2023): 129–42. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i01.4050>.
- Periyadi, Periyadi, Junaidi Junaidi, and Noorlaily Maulida. "Pengaruh Strategi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Kain Sasirangan Bordir." *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen* 4, no. 2 (2020): 152. <https://doi.org/10.31602/atd.v4i2.2907>.
- Peter, J. Paul, and Jerry C. Olson. *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. New Jersey: McGraw-hill, 2010.
- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, Tryana. "Konsep Halal Knowledge." *Journal GEEJ* 7, no. 2 (2020): 10–40. [https://repository.usahidsolo.ac.id/1911/5/Sri_Daryati_BAB_II_2020122004 - Sri Daryati.pdf](https://repository.usahidsolo.ac.id/1911/5/Sri_Daryati_BAB_II_2020122004_-_Sri_Daryati.pdf).
- Pramintasari, Talisa Rahma, and Indah Fatmawati. "Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, Dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal." *Jurnal Manajemen Bisnis* 8, no. 1 (2020): 1–33. <https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/3922/3384>.
- Prasetiawan, Adya Hermawati, and Zulkifli. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. JAYA KOPRA SEJATI)." *Conference on Economic and Business Innovation* 1, no. 1 (2021): 3–16.
- Quoquab, Farzana, Nur Zulaikha, Mohamed Sadom, and Jihad Mohammad. "Driving Customer Loyalty in the Malaysian Fast Food Industry The Role of Halal Logo , Trust And," 2019. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2019-0010>.
- R. Rahman, M. Zahari, M. Hanafiah. "Effect of Halal Food Knowledge and Trust on Muslim Consumer Purchase Behavior of Syubhah Semi-Processed Food Products." *Journal of Food Products Marketing*, 2021. <https://doi.org/10.1080/10454446.2021.1994079>.
- Riadi, Muchlisin. "Kepercayaan Konsumen (Pengertian, Aspek, Jenis, Indikator Dan Strategi)." *kajian pustaka.com*, 2022.

<https://www.kajianpustaka.com/2021/01/kepercayaan-konsumen-pengertian-aspek.html>.

- Risdiyani, Ajeng. “Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity, Dan Halal Lifestyle Terhadap Penilaian Produk Kosmetik Dan Keputusan Pembelian Kosmetik Halal.” *Cross-Border* 6, no. 1 (2023): 95–106.
- Rizkitysha, Talita Leoni, and Arga Hananto. ““Do Knowledge, Perceived Usefulness of Halal Label and Religiosity Affect Attitude and Intention to Buy Halal-Labeled Detergent?”” *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 3 (2022): 649–70. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2020-0070>.
- Rose, Jocelyn, and Rodhiah Rodhiah. “Pengaruh Kepercayaan, Keterlibatan, Pengetahuan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Halal Brand.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 5, no. 1 (2023): 241–49. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22672>.
- Rustandi, Nanang, and Hindun Marlina. “Pengetahuan Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Berlabel Halal Pada Mahasiswa Universitas Suryakencana Cianjur.” *Ar-Rihlah : Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah* 2, no. 2 (2022): 149. <https://doi.org/10.35194/arps.v2i2.2630>.
- Sari, Cyntia, and Rodhiah Rodhiah. “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Dan Kinerja Operasional Terhadap Minat Beli Pelanggan Lazada.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 2, no. 4 (2020): 897. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9869>.
- Sari, Syahriah, Syamsuddin, and Syahrul. “Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap.” *Journal of Business Administration (JBA)* 1, no. 1 (2021): 37–48.
- Sayyaf, R. Tanzil Fawaiq. “Makanan Halal Pada Street Food: Halal Awareness, Halal Knowledge, Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Kota Malang).” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023): 2610. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8462>.
- Siregar, Sofyan. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Angkasa, 2014.
- Sugiyono, Prof. Dr. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dab R&D*. Edited by MT Dr. Ir. Sutopo. S.Pd. Edisi ke 2. Bandung: ALFABETA, CV, 2024.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapan Dalam Pemasaran*. Edisi 2. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

- Sutisna, Felix, Tessa Handra, and Yustina Peniyanti Jap. "The Influence of Social Media Marketing on Purchase Impulses with Brand Attentiveness as A Mediating Variable on UMKM X." *APTISI Transactions on Technopreneurship* 5, no. 2 (2023): 136–44. <https://doi.org/10.34306/att.v5i2.247>.
- Syafitri, Auliya Walidani, and Ari Prasetyo. "Pengaruh Pengetahuan Halal Terhadap Sikap Konsumen Fesyen Syar'i Di Surabaya." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 9, no. 2 (2022): 203–12. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20222pp203-212>.
- T., Khoerunnisa, and Puspaningrum A. "Pengaruh Kepercayaan Agama, Logo Halal Pada Penduduk Kota Malang." *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 2016. <https://core.ac.uk/download/pdf/287321579.pdf>.
- Widyana, Noor Aisffa, Achyar Eldine, and Leny Muniroh. "Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian." *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen* 2, no. 1 (2019): 91. <https://doi.org/10.32832/manager.v2i1.1868>.
- Wijayanti, Ratna, and M Meftahudin. "Kaidah Fiqh Dan Ushul Fiqh Tentang Produk Halal, Metode Istimbath Dan Ijtihad Dalam Menetapkan Hukum Produk Halal." *International Journal Ihya' 'Ulum Al-Din* 20, no. 2 (2018): 241–68. <https://doi.org/10.21580/ihya.20.2.4048>.
- Wikipeda. "Kabupaten Siak." Wikipedia Ensiklopedia Bebas, 2024. https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Siak#:~:text=Data dari Kementerian Dalam Negeri,Katolik sebanyak 1%2C58%25.
- Wilianti. "Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 12, no. 2004 (2020): 6–25. [http://repository.stei.ac.id/1068/3/BAB II.pdf](http://repository.stei.ac.id/1068/3/BAB%20II.pdf).
- Wirakurnia, Arya Bagus, Ponchanok Nuanmark, Heri Sudarsono, and Arga Ramadhana. "Do Religiosity, Halal Knowledge, and Halal Certification Affect Muslim Students' Intention to Purchase Halal Packaged Food?" *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)* 3, no. 2 (2022): 97–110. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol3.iss2.art3>.
- Wisnblit, Leon G Schiffman and J. *Consumer Behavior*. England: Pearsion Edition, 2015.