

BAB V

Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah peneliti lakukan mengenai pengaruh lingkungan sosial, religiusitas, dan kesadaran halal terhadap kepatuhan syariah. responden penelitian ini adalah wanita karier di Sumatera Barat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode analisis Structural Equation Method-Partial Least Square menggunakan Software smartPLS.

berikut adalah beberapa kesimpulan yang didapatkan oleh peneliti:

1. Variabel lingkungan sosial pada penelitian ini dapat diketahui hasil pengujian menunjukkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan syariah. Nilai *path coefficient* sebesar 0,313, *T-statistic* sebesar 3,738 (lebih besar dari 1,96), dan *p-value* sebesar 0,000 menandakan bahwa hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan wanita karier yang menjalani kepatuhan syariah disupport dengan lingkungan sosialnya seperti diperbolehkannya menggunakan hijab di tempat kerja atau adanya kerjasama pembayaran gaji menggunakan bank syariah serta berada dilingkungan keluarga dan teman yang melek halal dan syariah.
2. Variabel religiusitas pada penelitian ini dapat diketahui memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepatuhan syariah(Y). Variabel Religiusitas juga ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan syariah dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,262, *T-statistic* sebesar 2,672, dan *p-value* sebesar 0,008. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas individu, maka semakin tinggi tingkat kepatuhannya terhadap konsumsi halal.. Dalam penelitian ini dengan menjalankan perintah agama, responden dapat merasakan ketenangan karena terhindar dari hal hal yang dilarang oleh Al-quran dan Hadist. Responden merasakan dengan melakukan

kewajiban sebagai umat beragama akan menambah tingkat keimanan seseorang dan dapat mempengaruhi cara hidup seseorang. Seseorang dengan tingkat keimanan yang baik akan memilih gaya hidup yang dapat membawanya semakin dekat dengan ALLAH SWT. Responden menganggap menjalankan kepatuhan syariah merupakan kewajiban sebagai umat muslim. Semakin mendekatkan diri kepada Allah SWT.

3. Variabel Kesadaran halal memberikan pengaruh paling kuat terhadap kepatuhan syariah, dengan *path coefficient* sebesar 0,403, *T-statistic* 3,930, dan *p-value* 0,000. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kesadaran halal, maka semakin patuh individu terhadap prinsip-prinsip syariah dalam konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa wanita karier sudah lebih memiliki kesadaran pentingnya mengkonsumsi produk halal dari diri sendiri.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, berikut ini merupakan beberapa saran yang dapat disampaikan oleh peneliti:

1. Bagi regulator diharapkan untuk menyikapi trend halal yang terus meluas pemerintah dapat mempertimbangkan metode tertentu membuat regulasi baru yang berkaitan dengan kepatuhan syariah sehingga informasi terkait produk halal lebih dikenal dimasyarakat.
2. Bagi pelaku usaha diharapkan lebih inovatif dalam mengembangkan produk halal sehingga dapat bersaing dengan produk lainnya yang ada dipasaran. Dan mempergiat promosi terkait produk halal agar konsumen lebih aware dengan kehalalan produk.
3. Diharapkan adanya standar yang jelas dalam sertifikasi produk halal disetiap tahapan proses produksi sehingga lebih dapat meyakinkan konsumen terkait kehalalan produk.
4. Bagi peneliti selanjutnya untuk memaksimalkan temuan, peneliti di masa depan dapat meneliti faktor-faktor tambahan yang mungkin mempengaruhi

kepatuhan syariah pada berbagai produk. Dengan menggunakan metode penelitian yang berbeda dan dapat menambahkan jumlah responden yang lebih banyak agar hasilnya lebih akurat.



DAFTAR PUSTAKA

- A. A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010)
- Abdullah, M. A. Z. (2007). *The Role of Religiosity in Islamic Consumer Behavior: A Study of Halal Products Consumption in Malaysia*. *Journal of Islamic Marketing*, 2(1)
- Adiba, Elfira Maya, and Dewi Ayu Wulandari. “Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity, Dan Attitude Terhadap Behavior Konsumen Muslim Generasi Y Pengguna Kosmetik Halal Di Surabaya.” *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 1, no. 3 (2018): 357–69. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i3.42>.
- Azizah, Nurazizah, Nila Aprilia, Asep Syarif Ismail, and Lina Marlina. “Perilaku Halal Lifestyle Dalam Meningkatkan Minat Terhadap Pembelian Produk Halal.” *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal* 4, no. 1 (2024): 61–73. <https://doi.org/10.15575/likuid.v4i1.30822>.
- Azwar, Azwar, Abur Hamdi Usman, and Mohd Farid Ravi Abdullah. “The Opportunities and Challenges of the Halal Food Industry in Indonesia: Some Notes from Quranic and Economic Perspectives.” *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues* 7, no. 1 (2022): 807–18. <https://doi.org/10.53840/alirsyad.v7i1.270>.
- Firdaus, Firdaus. “Implikasi Sertifikat Halal Dalam Manejemen Bisnis Industri Makanan Dan Minuman.” *At-Tawazun, Jurnal Ekonomi Syariah* 11, no. 02 (2023): 39–54. <https://doi.org/10.55799/tawazun.v11i02.322>.
- Fitrianti, Dwi, Febrian Dimas J Wibowo, and Tri Ratnawati. “Jurnal+Dwi+Fitri+Musytari” 3, no. 6 (2024).

- Hamid, Abu Bakar Abdul, Mohamed Syazwan Ab Talib, and Nazliwati Mohamad. "Halal Logistics: A Marketing Mix Perspective." *Intellectual Discourse* 22, no. 2 (2014): 191–214.
- Haque, Marissa Grace, and Detty Hindrati. "Investigating Awareness & Knowledge, Halal Logo and Religiosity Affecting Decision and Lifestyle to Consume Halal Culinary; Case Study of Three Indonesian Regions in Japanese Restaurant." *Jurnal Ilmu Manajemen & Ekonomika* 12, no. 1 (2020): 27.
<https://doi.org/10.35384/jime.v12i1.172>.
- Jumantini, Entin. "Pengaruh Modernitas Individu Dan Lingkungan Sosial Terhadap Gaya Hidup Pada Siswa Smk Bisnis Dan Manajemen Terakreditasi Adi Kota Bandung." *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi* 14, no. 02 (2018): 57. <https://doi.org/10.25134/equi.v15i01.1072>.
- Lubis, Rini Hayati, and Nurul Izzah. "Faktor Penentu Gaya Hidup Halal Generasi Z Di Sumatera Utara." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2022): 97.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3961>.
- Maulizah, Rizlah. "Pentingnya Produk Halal Di Indonesia : Analisis Kesadaran Konsumen , Tantangan Dan Peluang The Importance of Halal Products in Indonesia : An Analysis of Consumer Awareness , Challenges and Opportunities" 1, no. 2 (2024): 129–47.
- Novia, Aidil, Arif Septianda, Selvi Septiana, Farhana Arini Fauziah, Jihan Fauziah, Renaldi Firnando, Azmi Hakim, Gufron Ibnu Malkhan, and Resti Fauzi. "Pengaruh Muslim Friendly Destination, Nilai Lingkungan Sosial Budaya, Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Kota Bukittinggi." *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)* 7, no. 1 (2022): 111.
<https://doi.org/10.15548/jebi.v7i1.551>.
- Nurfajrina, Alifah, Tati Handayani, and Lili Puspita Sari. "Pengaruh Kesadaran Halal

Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Restoran Jepang Di Jakarta.” *Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2021): 30–46. <https://doi.org/10.37058/jes.v6i2.3897>.

Nur Indah Riwijanti, Anik Kusmintarti, and Fadloli El Shinta Mangku Alam, “Exploring Students’ Religiosity and Halal Lifestyle” 136, no. Ambec 2019 (2020): 106–11, <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200415.021>

Othman, Baharudin, Sharifudin Md Shaarani, and Arsiah Bahron. “The Potential of ASEAN in Halal Certification Implementation: A Review.” *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities* 24, no. 1 (2016): 1–24.

Paul Petter Jerry, J, and C Jerry Olson. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. 4th ed. Jakarta: Erlangga, 2000.

Prasetyo, Hendi, and Vera Anitra. “Pengaruh Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan : Studi Pada Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.” *Borneo Student Research* 2, no. 1 (2020): 705–13.

Ramadhani, Gema. “Halal Dan Haram Dalam Islam.” *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum* 2, no. 1 (2015): 20–26.

Riwajanti, Nur Indah, Anik Kusmintarti, and Fadloli El Shinta Mangku Alam. “Exploring Students’ Religiosity and Halal Lifestyle” 136, no. Ambec 2019 (2020): 106–11. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200415.021>.

Rohaeni, Heni, Asri Salimah Hikmah, and Rani Rahmayani. “Be Good Attitude Dalam Berpenampilan Pada UMKM ‘Mang Piat’ Kabupaten Bandung Barat.” *Jurnal ABDIMAS BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2018): 142–48. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>.

Sara, Siti Khodijah, Rabya Mulyawati Ahmad, and Fajeri Arkiang. “Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal.” *Jurnal Asy-Syarikah*:

Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam 4, no. 1 (2022): 21–37.
<https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v4i1.820>.

Sarasati, Fitri. ““Supporting the Achievement of Sustainable Development Goals’
The 1 St International Conference on Halal Tourism, Products, and Services
2018 Proceeding The Role of Halal Living on Muslim Millennial in Applying
Halal Lifestyle,” 2018, 57–63.

Sugiarto, Agus, and Diana Ayu Gabriella. “Kesadaran Dan Perilaku Ramah
Lingkungan Mahasiswa Di Kampus.” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 9, no.
2 (2020): 260. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i2.21061>.

“Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods),
(Bandung: Alfabeta, 2015), Hal. 124.,” n.d.

“Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung:
Alfabeta.,” n.d.

Ulya, Inayatul. “MUSLIMAH COSMOPOLITAN LIFESTYLE: ANTARA
SYARIAT, TREND MASA KINI DAN KAPITALISASI AGAMA (Studi
Budaya Pop Terhadap Pemilihan Putri Muslimah Indonesia).” *Palita: Journal of
Social-Religion Research* 3, no. 2 (2018): 97–120.
<https://doi.org/10.24256/pal.v3i2.189>.

Widiatmoko. “Pendekatan Konseling Analisis Transaksional Untuk Mengembangkan
Kesadaran Diri.” *Jurnal Kajian Pendidikan Dan Pengajaran* Vol.4, no. No.2
(2018): 99–108. <https://doi.org/10.30653/003.201842.50>.