

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan, maka diambil kesimpulan:

- 1) Berdasarkan uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel pengetahuan halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, maka hipotesis pertama, H_0 ditolak, H_a diterima.
- 2) Berdasarkan uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel pengetahuan halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran halal, maka hipotesis kedua, H_0 ditolak, H_a diterima.
- 3) Berdasarkan uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, maka hipotesis pertama, H_0 ditolak, H_a diterima.
- 4) Berdasarkan uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kesadaran halal dapat bermediasi antara pengetahuan halal terhadap keputusan pembelian, maka hipotesis empat, H_0 ditolak, H_a diterima.

B. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa masih memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian ini, disamping dari keterbatasan waktu dan biaya ada beberapa hal yang menjadikan penelitian ini masih perlu dikembangkan:

- 1) Sampel

Selain dari jumlah sampel, keberagaman sampel juga perlu

dikembangkan, karena akan sangat mempengaruhi hasil penelitian.

2) Kuesioner

Pada penelitian ini menggunakan *g-form* dalam menyebarkan kuesioner kepada para responden, oleh karena itu jawaban dari responden kurang *actual* secara emosional karena tidak bersada di lokasi objek penelitian secara langsung.

3) Variabel

Variabel pada penelitian masih terbilang sedikit dibandingkan dengan banyaknya ragam konsumen dan jumlah produk yang ditawarkan.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan, maka peneliti menyarankan adalah sebagai berikut:

a. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti berharap hasil penelitian ini menjadi pedoman serta referensi untuk karya ilmiah selanjutnya, dan bagi peneliti selanjutnya yang memilih topik sama, maka hendaknya melakukan pengembangan pada variabel, jumlah responden dan menambah responden dengan agama selain islam sebagai pembanding dalam melakukan penelitian.

b. Bagi penikmat kuliner di Kawasan Pondok

- 1) Selalu memastikan logo dan sertifikasi halal pada produk, karena sertifikasi halal suatu produk memiliki Batasan waktu atau kadaluarsa.
- 2) Peneliti menyarankan agar masyarakat bisa membedakan logo halal BPJPH yang asli dan yang tidak.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdalla Mohamed Bashir, 'Awareness of Purchasing Halal Food among Non-Muslim Consumers An Explorative Study with Reference To', 2019, doi:10.1108/JIMA-04-2018-0077
- Afifah Nur Millatina, R. Tanzil Fawaiq Sayyaf, 'Makanan Halal Pada Street Food : Halal Awareness , Halal Knowledge , Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Kota Malang)', 9.02 (2025), pp. 2610–19
- Anisa Aulia Fitri, Awanis Linati Haziroh , Mila Sartika, Masitha Fahmi Wardhani, "Meningkatkan Keputusan Pembelian Skincare Korea Dengan Pengetahuan Produk Halal", *Economics and Digital Business Review*, Vol 5, No 1, (2024)
- Ardani Sahputri, Hanny Nurlatifah, "Pengaruh Pengetahuan , Religiusitas , Dan Halal Terhadap Keputusan Memilih Melalui Attitude Dan Brand Trust Pada Bakeri Modern (Studi Kasus 3 Bakeri Top Brand)", *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* , Vol 1, No 1, (2020)
- Almira Nur Aulia, "Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Kemasan Berlabel Halal", (Skripsi program studi Manajemen Universitas Muhamadiyah, Surakarta, 2018),
- Aziz, Yuhanis Abdul, '3rd International Conference On Business And Economic The Role Of Halal Awareness And Halal Certification In Influencing Non-Muslims ' Purchase Intention 3rd International Conference On Business And Economic 1820 Research (3rd Icerb 2012) Proceeding', March, 2012, pp. 1819–30
- Budi Suryowati, Nurhasanah, "Label Halal, Kesadaran Halal , Religiusitas Dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal", *Jurnal Kompleksitas*, Vol 9, No 1, (2020), hal 12-13
- Ellyza Safitri dan Ridwan Nurdin, "Pengaruh Kesadaran Halal, Harga, Keragaman Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Impulse Buying Produk Kosmetik Di Kalangan Mahasiswi Universitas Syiah Kuala", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, Vol 3, No 1, (2021)
- Fadilah, Tri Nur, and Achmad Nur Alfianto, 'Tingkat Pengetahuan Dan Produk Halal Dalam Keputusan Pembelian Makanan Halal', 18.1 (2020), pp. 1–10
- Fadilah, Tri Nur, Purwanto Purwanto, and Achmad Nur Alfianto, 'Tingkat Pengetahuan Dan Produk Halal Dalam Keputusan Pembelian Makanan Halal', *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 18.1 (2022), pp. 1–10, doi:10.31940/jbk.v18i1.1-10
- Fitri, Anisa Aulia, Awanis Linati Haziroh, Mila Sartika, and Masitha Fahmi Wardhani, 'Economics and Digital Business Review Meningkatkan Keputusan Pembelian Skincare Korea Dengan Pengetahuan Produk Halal', 5.1 (2024), pp. 273–88

- Herlina, Marizsa, Nur Azizah, Komara Rifai, and N Sausan Muhammad Sholeh, 'Halal Awareness of Muslim Millennials Toward Cosmetics and Skincare Decision', 409.*SoRes* 2019 (2020), pp. 38–44
- Ida Nur Laeli, "Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS Di Banyumas", *Jurnal Pemikiran Islam*, Vol.18, No.2, (2017)
- Izzuddin, Ahmad, The Effect Of Halal Labels, Halal Awareness And Food Materials On Interest To Buy Culinary Foods, *Jurnal Penelitian Ipteks*, 2018, III <www.halalmui.org>
- Juliana Juliana, Muhamad Wafa Rizaldi, Rumaisah Azizah Al-Adawiyah, Ropi Marlina, "Halal Awareness: Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderasi", *Jurnal ilmiah manajemen*, Vol 13, No 2, (2022)
- Mahiah Said A and others, 'Penilaian Persepsi , Pengetahuan Dan Religiusitas Konsumen Terhadap Produk Makanan Halal Malaysia', 130.2014 (2020), pp. 120–28, doi:10.1016/j.sbspro.2014.04.015.
- Marizsa Herlina, Nur Azizah Komara Rifai and N. Sausan Muhammad Sholeh, "Halal Awareness of Muslim Millennials Toward Cosmetics and Skincare Decision", *Education and Humanities Research*, Vol 409, (2019)
- Muhammad Fauzil Ahmad, "Antecedents of halal brand personality", *Journal of Islamic Marketing*, Vol 6, no 2, (2015)
- Nurhayati, Tatiek, and Hendar Hendar, 'Personal Intrinsic Religiosity and Product Knowledge on Halal Product Purchase Intention Role of Halal Product Awareness', 11.3 (2020), pp. 603–20, doi:10.1108/JIMA-11-2018-0220
- Pradana, Dedhy, and Syarifah Hudayah, 'Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor The Influence of Price of Product Quality and Brand Image of Brand Image on Motor Purchasing Decision', 14.1 (2017), pp. 16–23
- Putri, Tengku, and Lindung Bulan, 'Pengaruh Label Halal Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinder Joy Pada Masyarakat Kota Langsa', 6.2 (2017), pp. 729–39
- Sanny Hanjaya, 'Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan Produk Dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Capra Latte', 1 (2016)
- Sahputra, Ardani, Hanny Nurlatifah, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Al, Azhar Indonesia, and others, 'Pengaruh Pengetahuan , Religiusitas , Dan Halal Terhadap Keputusan Memilih Melalui Attitude Dan Brand Trust Pada Bakeri Modern (Studi Kasus 3 Bakeri Top Brand)', 1.1 (2020)
- Saputra, Nuralim, and Ratih Tresnati, 'Pengaruh Kesadaran Halal Dan Pengetahuan

- Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wisata Halal Di Bali', pp. 47–49
- Saputri, Oktoviana Banda, Universitas Indonesia, Ekosistem Halal, Rantai Nilai Halal, and Gaya Hidup Halal, 'Pemetaan Potensi Indonesia', 5.2 (2020)
- Sara, Nor, Nadia Muhamad, Wan Edura, Wan Rashid, Norafifa Mohd, and Norhidayah Mohd, 'Muslim ' s Purchase Intention towards Non-Muslim ' s Halal Packaged Food Manufacturer', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130 (2014), pp. 145–54, doi:10.1016/j.sbspro.2014.04.018
- Siddiq, Ibadurrohman, Juliana Juliana, and Fitranty Adirestuty, 'Shariapreneur Interest : Analysis of Sharia Business Knowledge and Motivation (Studies on Students of The Islamic Economics Study Program , Bandung City)', 3.2 (2020), pp. 80–90
- Simanjuntak, Megawati, and Muhammad Mardi Dewantara, 'The Effects of Knowledge , Religiosity Value , and Attitude on Halal Label Reading Behavior of Undergraduate Students', 2, 2014, pp. 65–76
- Simanjuntak, Megawati, Megawati Simanjuntak, and Muhammad Mardi Dewantara, 'The Effects of Knowledge , Religiosity Value , and Attitude on Halal Label Reading Behavior of Undergraduate Students The Effects of Knowledge , Religiosity Value , and Attitude on Halal Label Reading Behavior of Undergraduate Students', 6.2 (2021), doi:10.21002/amj.v6i2.4216
- Slamet Riyanto, Aglis Andhita Hatmawan, "Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen", (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2010
- Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods), (Bandung: Alfabetha, 2015)
- Tengku Putri Lindung Bulan dan Khairul Fazrin , "Pengaruh Label Halal Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinder Joy Pada Masyarakat Kota Langsa", *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol 6, No. 2, (2017)
- Vristiyana, Visca Mirza, 'Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal Dan Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada Industri Makanan', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20.1 (2019), p. 85, doi:10.30659/ekobis.20.1.85-100
- Wardhana, Aditya, *Proses Keputusan Pembelian Konsumen*, 2024
- Yusuf Bagus Prakosa dan Endang Tjahjaningsih, 'Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat Di Kota Semarang', 04 (2021), pp. 361–74