BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh preferensi dan religiusitas terhadap keputusan pembelian produk halal dengan literasi halal sebagai variabel mediasi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel preferensi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk halal. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi preferensi konsumen terhadap produk halal, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dilakukan.
2. Variabel religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk halal. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas konsumen, maka semakin besar kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian produk halal."
3. Variabel preferensi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap literasi halal. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap produk halal dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan konsumen mengenai konsep halal serta pentingnya mengonsumsi produk halal.
4. Variabel religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap literasi halal. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi

UIN IMAM BONJOL PADANG

tingkat religiusitas seseorang, maka semakin tinggi pula tingkat literasi halal yang dimilikinya.

5. Variabel literasi halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk halal. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman konsumen mengenai produk halal mampu meningkatkan keyakinan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.
6. Variabel literasi halal mampu memediasi pengaruh preferensi terhadap keputusan pembelian produk halal. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap produk halal dapat meningkatkan literasi halal yang selanjutnya mendorong terbentuknya keputusan pembelian produk halal.
7. Variabel literasi halal mampu memediasi pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian produk halal. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas konsumen dapat meningkatkan literasi halal yang kemudian berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian produk halal.

UIN IMAM BONJOL PADANG

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Namun demikian, hasil penelitian ini diharapkan tetap dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi bagi penelitian berikutnya:

1. Bagi peneliti selanjutnya

   Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada variabel yang digunakan yaitu preferensi, religiusitas, literasi halal dan keputusan pembelian. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian produk halal seperti kesadaran halal, harga, kualitas produk, citra merek, kepercayaan konsumen, maupun gaya hidup halal. Selain itu penelitian selanjutnya dapat menggunakan jumlah responden yang lebih banyak dan cakupan wilayah penelitian yang lebih luas sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat berikan gambaran yang lebih komprehensif.

2. Bagi masyarakat atau konsumen muslim

   Masyarakat diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mengenai konsep halal serta lebih teliti dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. Konsumen tidak hanya memperhatikan keberadaan label halal tetapi juga memahami proses dan jaminan kehalalan suatu produk sehingga keputusan pembelian yang dilakukan benar-benar sesuai dengan prinsip syariat Islam.

3. Bagi pelaku usaha produk halal

   Pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan kualitas informasi mengenai kehalalan produk yang dipasarkan baik melalui label halal yang jelas maupun melalui media promosi yang informatif. Selain itu, pelaku usaha perlu memperhatikan preferensi

UIN IMAM BONJOL PADANG

konsumen terhadap produk halal dengan menghadirkan produk yang berkualitas, aman dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

UIN IMAM BONJOL
PADANG

DAFTAR PUSTAKA

Anis Setyowati, Moch. Khoirul Anwar. "Pengaruh Literasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Konsumsi Produk Halal Masyarakat Kabupaten Madiun." *Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan* 16, no. 1 (2022): 108–24. https://doi.org/10.35316/lisanalhal.

Aris Budiono. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian." *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi* 17, no. 02 (2020): 1–15. https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.ABSTRACT.

Atep Hendang Waluya. "Halal Menurut Al-Qarḍāwī Dan Al-Sha'rāwī Serta Implementasinya Dalam Perekonomian Islam." *Journal of Islamic Economics and Finance* 1, no. 2 (2023): 142–57.

Bessek Jamalia. "Pengaruh Religiusitas , Harga Dan Kualitas Terhadap Keputusan." *Jurnal Studi Keislaman* 4, no. 1 (2023): 1–7.

Bintang Ghaliyan Ibnunas, Tri Harjawati. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pembelian Produk Halal." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)* 1, no. 2 (2021): 117–25. https://doi.org/10.32493/jmw.v1i2.10105.

Budiana, Budi Rahman, Muhammad Faizal Fathurrohim, Rika Nurhayati, Bakar, Ilham Fadilah. "Narrative Review: Peran Sertifikasi Halal Dalam Produk Berbahan Dasar Ayam Secara Hukum Syari'at Islam." *International Journal Mathla'ul Anwar Of Halal Issues* 5, no. 1 (2025): 42–49.

Citra, Erlin, Dewi Purwanti, Deviana Diah Probowati, and Ananda Yudha. "Analisis Preferensi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Buah Melon

UIN IMAM BONJOL PADANG

Varietas Honeydew Di Ladang Prayoga Kabupaten Lamongan" 7 (2022): 23–31.

Creswell, John W. Research. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 2018.

Damanik, Elsa Oktaviani, and Elmanani Simamora. "Estimasi Interval Kepercayaan Parameter Selisih Rata-Rata Ipk Kelas Pendidikan Reguler Negeri Medan Dengan Bootstrap Persentil." *Karismatika* 5, no. 3 (2017): 1–9.

Dewi, Meirita Sita, and Fendy Cuandra. "Pengaruh Produk Halal Terhadap Pilihan Konsumen Dalam Berbelanja Di Indonesia." *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5, no. 4 (2025): 1297–1305. https://doi.org/10.37034/infeb.v5i4.578.

Edia Satria. "KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DITINJAU DARI PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau)." *E-Journal Al Dzahab* 4, no. 2 (2023): 92–102.

Elasrag, Hussein. "Halal Industry : Key Challenges and Opportunities." *Munich Personal RePEc Archive (MPRA)*, 2016, 1–34.

Elkasysyaf, Estu, and Neneng Hartati. "Pengaruh Literasi Produk Halal Dan Daya Tarik Habel Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Bandung." *JIEB (Journal of Islamic Economics and Bussiness)* 1, no. 2 (2021): 62–75.

Gaussian, Jurnal. "3 1,2,3" 8 (2019): 35–45.

Gunawan, Gusta. "Analisis Data Hidrologi Sungai Air Bengkulu Menggunakan

UIN IMAM BONJOL PADANG

Metode Statistik." *Inersia, Jurnal Teknik Sipil* 9, no. 1 (2019): 47–58. https://doi.org/10.33369/ijts.9.1.47-58.

Hafna, Iil, Eko Surbiantoro, Dewi Mulyani, Prodi Pendidikan, Agama Islam, and Universitas Islam Bandung. "Nilai-Nilai Pendidikan Tentang Mengonsumsi Makanan Halalan Thayyiban Yang Disyaratkan Dalam Islam Yang Terkandung Dalam Qur'an Surat Al-Baqoroh Ayat 168." *Islamic Education* 4 (2024): 382–89.

Hair, Joseph F., Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, and Christian M. Ringle. "When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM." *European Business Review* 31, no. 1 (2019): 2–24. https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203.

Hair, Joseph F, G T M Hult, Christian M Ringle, and Marko Sarstedt. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2019.

Harahap, Lenni Khotimah, and M Pd. "Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square) Oleh :," no. 1 (2016).

Haryono, Siswoyo. "Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS 22.00, LISREL 8.80 Dan Smart PLS 3.0." *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 2016, 450.

Helmi, Andi Ika Fahrika, Fitriani. "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Melalui Religiusitas Pada Konsumen Muslim." *Jurnal Cendekia Ilmiah* 4, no. 4 (2025): 2814–27.

Intan Nurrachmi dan Setiawan. "Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Halal." *Jurnal*

UIN IMAM BONJOL PADANG

Ekonomi Dan Perbankan Syariah 7, no. 2 (2020): 127–37. https://doi.org/10.1905/iqtishadia.v7i2.3521.

Ivadhatul Aula, Aan Zainul Anwar. "Pengaruh Religiusitas , Literasi Halal Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Pada Masyarakat Di Jawa Tengah." *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 09, no. 02 (2024): 341–55. https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1811.

Joseph F. Hair Jr. · G. Tomas M. Hult · Christian M. Ringle · Marko Sarstedt · Nicholas P. Danks · Soumya Ray. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*, 2021.

Leny Muniroh, Dede Suryana, Eko Budiarto. "Mengembangkan Potensi Masyarakat Melalui Kegiatan Literasi Yang Efektif Dan Aplikatif Di Desa Sukajadi" 02, no. 02 (2018): 166–73.

Marliana, Brian Fina, Abdul Rokhim, and Farahwati. "The Urgency of Halal Certification in Ensuring Legal Certainty for Muslim Consumers." *Awang Long Law Review* 7, no. 2 (2025): 301–6. https://doi.org/10.56301/awl.v7i2.1562.

Maryana, Ina, Gina Tuty Alawiyah, Ina Maryana, and Gina Tuty Alawiyah. "AL-AFKAR : Journal for Islamic Studies Pentingnya Validitas Dan Reliabilitas Dalam Penelitian" 8, no. 4 (2025): 872–79. https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v8i4.1699.The.

Muchtar Ali. "Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah Dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal." *Ahkam* 16, no. 2 (2016): 291–306.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Muhammad Faisal Rifaldi, Sugeng Santoso, Ardiyansah. “Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Coffee Shop ALEGRA Di Villa Nusa Indah).” *Interdisciplinary Journal of Public Affairs* 7, no. 1 (2024): 47–55.

Muhammad Irsyad Hawari, Wulan Suci. “Pendapatan , Jam Kerja per Hari , Dan Religiusitas Individu Muslim Di Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 03 (2023): 3217–26.

Muhammad Nafik HR. “Pemahaman Dan Pengamalan Surat Al Jumuah Ayat 9-10 (Studi Kasus Pada Pedagang Di Lingkungan Masjid Ampel Surabaya).” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan (JESTT)* 1, no. 1 (2014): 1–21.

Muhammad Salman Al Farisi. “Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Produk Makanan Halal Di Dusun Mlangi Yogyakarta.” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan (JMBK)* 1, no. 02 (2020): 60–75.

Muhammad Taufiq Firdaus , Ismi Ayu Wulandari, Neneng Windayani, Asep Supriadin. “Product Awareness and Learning Motivation on Plantae Topics through Project-Based Learning with Halal Literacy.” *Jurnal Pendidikan Biologi* 9, no. 2 (2024): 332–45.

Nurul Muzakkiyah, Suharnan. “Religiusitas, Penyesuaian Diri Dan Subjektive Well Being Nurul.” *Jurnal Psikologi Indonesia* 5, no. 01 (2016): 28–38.

Pangestu, Panggih. “Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kantin Halalan Thayyiban Universitas Brawijaya Malang.” *Jurnal Ilmiah*, 2017, 1–13.

Paramita, Ayu, Hapzi Ali, and Fransiskus Dwikoco. “Pengaruh Labelisasi Halal,

UIN IMAM BONJOL PADANG

Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 2 (2022): 660–69.

Rahmawaty, Penny, and Arif Wibowo. “Attitude, Values, Religiosity, and Halal Certification in Halal Food Purchases by Indonesian Muslim Youth.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 13, no. 5 (2025): 3627–38. https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i5.3587.

Rahmayanti, Nida Putri, Anthonius J Karsudjono, and Ikhwan Hidayatullah. “Pelatihan Spss Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Untuk Data Primer.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 2 (2024): 21–26.

Ratih Hesty Utami Puspitasari. “Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Berlabel Halal.” *Business Management Analysis Journal (BMAJ)* 2, no. 1 (2019): 68–77.

Rehof, Lars Adam. “Article 12.” *The Universal Declaration of Human Rights: A Common Standard of Achievement* 03, no. 02 (2023): 251–64. https://doi.org/10.1163/9789004637542_017.

RENSIS LIKERT. *A Technique for the Measurement of Attitudes*, 1932.

Rifai, Agus. “Partial Least Square-Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Untuk Mengukur Ekspektasi Penggunaan Repositori Lembaga (Pilot Studi Di Uin Syarif Hidayatullah Jakarta).” *Al-Maktabh* 14 (2015): 56–65.

Saan. “Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.” *Jurnal Hukum Replik* 6, no. 1 (2018): 43–67.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Salehudin, Imam. “Halal Literacy: A Concept Exploration And Measurement Validation Imam.” *Asean Marketing Journal* 2, no. 1 (2021): 1–12. https://doi.org/10.21002/amj.v2i1.1987.

Salman Romizul Fikri, Gusniarti. “Pengaruh Literasi Halal Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Dan Minuman Pada Masyarakat Jakarta Timur.” *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 8, no. 1 (2025): 306–19.

Septria Susanti. “Pengaruh Halal Awareness Dan Halal Literacy Terhadap Preferensi Konsumen Memilih Produk Kosmetik Halal.” *Journal of Economic, Business and Accounting* 7, no. 6 (2024): 9102–12.

Sinar Wahyuni. “Efek Mediasi Literasi Halal Dalam Hubungan Religiusitas Dan Minat Konsumsi Terhadap Pariwisata Halal.” *Journal of Sharia Economics and Islamic Education* 03, no. 01 (2024): 67–81.

Siti Aldhawaty Syam*, Muhammad Ilham Wardhana Haeruddin, Zainal Ruma, Muhammad Ichwan Musa, dan Siti Hasbiah. “Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace.” *Majalah Ekonomi Dan Bisnis* 18, no. 2 (2022): 73–79.

Sri Ayu Parwati. “Penerapan Kriteria Sistem Jaminan Halal Has 23000 Pada Pt. Chiayo Sehat Indonesia.” *Jurnal EKBIS Volume* 9, no. 1 (2021): 63–78.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, 2013.

Sugiyono, A. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 2019.

Susi Susanti, Mashudi. “Analisis Pandangan Masyarakat Bangkalan Terhadap Produk Dengan Label Halal.” *Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2022):

UIN IMAM BONJOL PADANG

146–58.

Syahbudi, Muhammad. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Impor Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus : Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam UIN Sumatera Utara).” *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)* 3, no. 2021 (2022): 1040–61.

Talia Putri Kamila, Masyhuri, Umi Julaihah, Vivin Maharani Ekowati. “Pengaruh Literasi Halal , Kesadaran Halal , Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Di Indonesia : Studi Pada Gen Z Di Kota Malang.” *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 8, no. 2 (2025): 375–86.

Wahyu, Afrianti. “Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation.” *Jurnal Keterapian Fisik* 5, no. 1 (2020): 1–61.

Wisnu Mahendri, Junianto Tjahjo Darsono, Achmad Firdiansjah. “The Influence of Religiusity and Halal Label through Halal Awareness Purchase Decisions.” *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* 3, no. 3 (2020): 1739–46.

Yamalik, Soni, and Nur Hidayat. “Preferensi Konsumen Terhadap Layanan Spbu Di Kota Metro Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2018.

Yanti, Fitri. “Al-Hikmah Pengaruh Makanan Halal Dan Haram Terhadap Kondisi Spiritual Manusia Menurut Imam Al-Ghazali.” *Theosofi Dan Peradaban Islam* 5 (2023): 217–38.

Yulfan Arif Nurohman, Rina Sari Qurniawati. “Keputusan Pembelian Produk

UIN IMAM BONJOL PADANG

Makanan Halal Di Lingkungan Iain Surakarta." *Among Makarti* 12, no. 24 (2019): 23–33.

UIN IMAM BONJOL
PADANG