

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu sikap, norma subyektif, persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat pembelian produk halal. Minat pembelian berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian, dan dalam penelitian ini membuktikan bahwa kesadaran halal tidak memoderasi pengaruh minat beli terhadap perilaku pembelian terhadap produk makanan halal. Semakin tinggi kesadaran halal tidak akan meningkatkan hubungan minat beli terhadap perilaku pembelian makanan halal.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pentingnya memperhatikan Kesadaran halal yang berupa membentuk peningkatan hubungan antara minat beli dan perilaku pembelian produk makanan halal sehingga produsen makanan halal harus mampu meningkatkan persepsi kesadaran halal dari setiap konsumen.

5.2 Saran Penelitian Kedepan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi sektor bisnis makanan halal dalam memperhatikan sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku dalam menerapkan dan mengembangkan perilaku pembelian produk makanan halal.

Bagi perusahaan dapat berimplikasi untuk menggunakan label makanan bersertifikat halal untuk memenuhi persepsi konsumen agar dapat memperoleh tambahan manfaat berupa peningkatan keinginan konsumen untuk membeli makanan bersertifikat halal.

Produsen makanan halal sebaiknya tidak hanya mengkomunikasikan kehalalan produk melalui pemasangan logo halal namun juga melakukan iklan dan promosi sebagai

upaya mengedukasi masyarakat untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang makanan halal.