

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sesuai dengan hipotesis sebagai berikut:

Dari hasil analisis data pada tabel 4.20 terlihat bahwa nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,240, ini artinya bahwa variasi perubahan variabel keputusan konsekuen (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel bebas labelisasi halal (X) sebesar 24%. Jadi, besarnya pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan konsumen adalah sebesar 24%, sedangkan sisanya sebesar 76% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Kemudian pada tabel 4.16 persamaan regresinya diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X = 0,443$ dan konstanta sebesar $14,310$, sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah: $Y = 14,310 + 0,443 X$, Itu artinya besaran pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan konsumen sebesar 44,3% atau setiap labelisasi halal mengalami kenaikan sebesar 0,443 maka keputusan konsumen membeli produk mie instant Indofood mengalami 1 kenaikan.

5.1 Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan kualitas produk pada mie instant Indofood, sebagai berikut:

- 1) Bagi produsen mie instant Indofood tetaplah menjaga kehalalan dari suatu produk agar tetap dipercaya oleh para konsumen dan mendapatkan penjualan yang besar diharapkan para konsumen loyal terhadap produk tersebut.
- 2) Dinas kesehatan, dewan MUI dan pemerintah diharapkan lebih intens untuk mensosialisasikan kepada perusahaan-perusahaan makanan yang berada di Indonesia agar berstandarisasi halal, karena di Indonesia mayoritas pemeluk agama Islam.
- 3) Umat muslim diwajibkan memakan makanan yang halal atas dasar itu pula labelisasi halal dibutuhkan dan penting untuk itu ini merupakan peluang pasar yang terbuka lebar bagi para pengusaha yang merespon hal ini.
- 4) Untuk peneliti berikutnya, supaya bisa menambah variabel yang lainnya. Sebab variabel labelisasi halal yang peneliti gunakan sebagai variabel bebas hanya memiliki kontribusi 24 % mempengaruhi variabel keputusan konsumen, dan 76% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

5.3 Penutup

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan, hidayah dan taufik-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul: “PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK MIE INSTANT INDOFOOD (Studi Kasus Pada

Mahasiswa Jurusan Muamalah dan Ahwal Al-Syakhsiyah Semester VIII IAIN Walisongo Semarang)”. Shalawat serta salam semoga tatap tercurah kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW yang kita harapkan syafa’atnya kelak di hari kiamat.

Penulis menyadari meskipun dalam penulisan skripsi ini telah berusaha semaksimal mungkin, namun dalam penulisan ini tidak lepas dari kesalahan dan kekeliruan. Hal itu semata-mata merupakan keterbatasan ilmu dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang konstruktif dari berbagai pihak demi perbaikan yang akan datang untuk mencapai kesempurnaan.

Semoga skripsi ini dapat diterima untuk memperoleh, dan melengkapi syarat-syarat memperoleh gelar strata 1 (satu). Akhirnya, penulis hanya berharap semoga skripsi ini dapat menambah khazanah keilmuan, bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. *Aamiin*.