

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

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

Dari hasil analisis data terlihat bahwa nilai koefisien determinasi yang dinotasikan dalam angka (R square) adalah sebesar 0,455, yang artinya besar pengaruh variabel independen (pencantuman label halal) terhadap variabel dependen (keputusan konsumen) adalah 0,455 ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel pencantuman label halal (X) dalam upaya menjelaskan variabel keputusan konsumen (Y) adalah sebesar 45% sedangkan sisanya sebesar 55% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Selanjutnya untuk mengetahui signifikan tidaknya hasil penelitian ini, perlu menunjukkan perbandingan F hitung dengan F tabel, diketahui dari item uji hipotesis simultan menunjukkan hasil bahwa F hitung sebesar 81,757 sedangkan F tabel 3,94 ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ) artinya bahwa variabel pencantuman label halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian atau  $H_a : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$ . Begitu juga antara t hitung dengan t tabel, diketahui dari item uji hipotesis parsial di atas menunjukkan bahwa angka t hitung adalah sebesar 9,046 sedangkan t tabel adalah 1,9845 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) artinya bahwa variabel pencantuman label halal berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan konsumen.

## 1.2 Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan kualitas produk pada kopi “Luwak White Koffie”, sebagai berikut:

- 1) Bagi produsen kopi “Luwak White Koffie” tetaplah menjaga kehalalan dari suatu produk agar selalu dapat 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 pencantuman label 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 pencantuman label halal yang peneliti gunakan sebagai variabel bebas hanya memiliki kontribusi 45% mempengaruhi variabel keputusan konsumen, dan 55% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

### **1.3 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 PENCANTUMAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI “LUWAK WHITE KOFFIE” PADA MAHASISWA FAKULTAS SYARI’AH DAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI) IAIN WALISONGO SEMARANG.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW yang kita harapkan syafa’atnya kelak di hari kiamat. Penulis menyadari meskipun dalam penulisan skripsi ini telah berusaha maksimal mungkin, namun dalam penulisan ini tidak lepas dari kesalahandan kekeliruan. Hal itu semata-mata merupakan keterbatasan ilmu dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan sarandan 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.