

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan, maka dapat di simpulkan, diantara:

1. Diketahui bahwa minat beli konsumen muslim di ForSEISK masuk kategori cukup. Hasil ini berdasarkan nilai mean sebesar 31,58 berada diantara skor 33,71 dan 29,446. Keadaan ini terjadi karena beberapa faktor, yaitu kemampuan daya beli masing-masing anggota ForSEISK, pembelian suatu barang atau produk sesuai dengan kebutuhan dan anggota ForSEISK tidak termasuk kepada jenis konsumen yang konsumerisme.
2. Dari hasil analisis statistik diperoleh koefisien korelasi sebesar sebesar 0,676 yang artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel X dan variabel Y. R square atau koefisien determinasi sebesar 0,456 yang artinya minat beli konsumen muslim (variabel Y) dapat dijelaskan oleh variabel labelisasi halal produk sebesar 45,6 % , sedang sisanya 53,4% itu dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya anggota ForSEISK telah memperhatikan terhadap konsumsi halal tersebut. Untuk hasil analisis regresi, Pada tabel coefficients diperoleh nilai t hitung = 6,977. Sementara nilai t tabel = 1,672 pada taraf signifikan 0,05. Sehingga t hitung > t tabel Sehingga

variabel labelisasi halal produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan dari penelitian ini, maka peneliti memberikan saran, sebagai berikut:

1. Mensosialisasikan produk halal pada masyarakat bahkan perusahaan produsen suatu produk, agar mempunyai sertifikasi halal dan labelisasi halal produk. Karena labelisasi halal produk mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen muslim.
2. Bahwa perusahaan yang sudah mempunyai labelisasi halal pada produknya maka harus melakukan kebijakan yang lain, agar produknya tetap laku di pasaran, sebab minat beli konsumen tak hanya dipengaruhi label halal saja akan tetapi ada faktor lain seperti, promosi melalui iklan, penentuan harga yang terjangkau untuk konsumen, selalu meng-*update* kebutuhan pasar dengan melihat budaya dan sosial konsumen.