

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan yang telah diuraikan oleh peneliti mengenai peran sertifikasi halal dalam meningkatkan keputusan pembelian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan jaminan produk halal (JPH) pada Rumah Makan Sate Ayam Khas Ponorogo Pak Siboen sudah berjalan dengan baik melalui proses yang semestinya dengan memenuhi lima aspek, yaitu komitmen dan tanggung jawab, bahan baku, proses, produk, serta pemantauan dan evaluasi. Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen telah menunjukkan komitmen kuat dalam menerapkan jaminan produk halal sesuai dengan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014. Penerapan ini mencakup pemilihan bahan baku bersertifikasi halal, proses produksi yang sesuai dengan syariat Islam, serta pengelolaan dapur yang higienis dan terpisah.
2. Peran sertifikasi halal di rumah makan ini tidak hanya memenuhi aspek keagamaan, tetapi juga memberikan keuntungan ekonomi dengan meningkatnya keputusan pembelian konsumen. Keberadaan sertifikasi halal menjadi faktor penting yang membuat para pembeli merasa yakin akan kehalalan produk yang mereka konsumsi. Kehalalan produk menjadi faktor yang signifikan dalam preferensi konsumen dan keberhasilan bisnis ini dalam menghadapi persaingan. Konsumen menyebutkan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh dalam memperkuat kepercayaan mereka bahwa produk yang mereka nikmati telah diolah sesuai syariat Islam, sehingga

menjadi daya tarik yang meningkatkan keputusan pembelian konsumen yang mengakibatkan Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen tetap menjadi pilihan bagi konsumen.

## **B. Saran**

Berdasarkan pembahasan yang diuraikan, peneliti memiliki beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan untuk pihak-pihak terkait sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan metode wawancara yang terbatas pada manajer operasional, karyawan produksi, dan sebagian konsumen. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan lebih banyak konsumen dengan latar belakang beragam untuk mendapatkan pandangan yang lebih luas mengenai dampak sertifikasi halal.
2. Meskipun proses penyembelihan telah memenuhi standar halal, karyawan yang melakukan penyembelihan belum memiliki sertifikasi Juleha (Juru Sembelih Halal). Untuk penelitian berikutnya, dianjurkan mengeksplorasi dampak sertifikasi Juleha dalam meningkatkan kualitas kepercayaan konsumen.
3. Penelitian ini berfokus pada sertifikasi halal sebagai faktor tunggal dalam peningkatan keputusan beli. Penelitian di masa depan dapat mempertimbangkan variabel lain, seperti promosi digital atau pengalaman konsumen, untuk melihat interaksi antara berbagai faktor dalam meningkatkan keputusan pembelian.