

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini meneliti empat variabel yang terdiri dari *halal certification* sebagai variabel laten eksogen (yaitu independen), *halal awareness* sebagai variabel laten endogen yang mempunyai hubungan ganda baik independen maupun dependen, *halal purchase intention* sebagai variabel laten endogen (yaitu dependen), dan *halal traceability* sebagai moderator. Penelitian ini memperoleh data melalui penyebaran kuesioner dengan *Google Form* terhadap responden yang memenuhi kriteria. Kriteria tersebut merupakan masyarakat Sumatera Barat yang bergama Muslim dan Non Muslim, berusia minimal 17 tahun, serta mengetahui informasi terkait kain tenun halal etnik lokal Sumatera Barat. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan *software SmartPLS 4*.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *halal certification* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *halal awareness* kain tenun halal etnik lokal Sumatera Barat. Artinya produk kain tenun etnik lokal Sumatera Barat yang memiliki *halal certification* akan memunculkan *halal awareness* masyarakat yang tinggi terhadap produk kain tenun halal etnik lokal Sumatera Barat. Hal ini menunjukkan bahwa *halal certification* pada kain tenun etnik lokal Sumatera Barat yang tinggi dapat mempengaruhi *halal awareness* masyarakat Sumatera Barat

yang beragama Muslim dan Non Muslim, berusia minimal 17 tahun serta mengetahui informasi terkait kain tenun halal etnik lokal Sumatera Barat.

2. Hasil dari pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa *halal awareness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *halal purchase intention* kain tenun halal etnik lokal Sumatera Barat. Artinya apabila *halal awareness* seseorang tinggi maka *halal purchase intention*nya akan tinggi juga terhadap produk kain tenun halal etnik lokal Sumatera Barat. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia yang beragama Muslim dan Non Muslim, berusia minimal 17 tahun serta mengetahui informasi terkait kain tenun halal etnik lokal Sumatera Barat yang memiliki tingkat *halal awareness* yang tinggi memiliki *halal purchase intention* yang tinggi terhadap produk kain tenun halal etnik lokal Sumatera Barat.
3. Hasil dari pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa *halal traceability* tidak mampu memoderasi pengaruh antara *halal awareness* terhadap *halal purchase intention*. Artinya apabila *halal awareness* nya tinggi yang diikuti oleh *halal purchase intention yang tinggi* belum tentu dimoderasi oleh *halal traceability*. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia yang beragama Muslim dan Non Muslim, berusia minimal 17 tahun serta mengetahui informasi terkait kain tenun halal etnik lokal Sumatera Barat yang memiliki tingkat *halal awareness* yang tinggi dan memiliki *halal purchase intention* yang tinggi belum tentu di moderasi oleh *halal traceability* terhadap produk kain tenun halal etnik lokal Sumatera Barat.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini berfokus pada masyarakat Sumatera Barat yang beragama Muslim dan Non Muslim, berusia minimal 17 tahun serta mengetahui informasi terkait kain tenun halal etnik lokal Sumatera Barat. Berdasarkan data yang diperoleh, penelitian ini memiliki implikasi teoritis dan praktis.

Bagi akademisi, tanggapan dari responden cukup bermanfaat untuk pengembangan konsep kain tenun halal etnik lokal Sumatera Barat. Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman peneliti dalam bidang ilmu Manajemen Pemasaran dan mengembangkan *Theory of Planned Behavior*. Penelitian ini dapat menambah wawasan tentang faktor apa saja yang mempengaruhi niat pembelian halal konsumen (*halal purchase intention*) terhadap produk fesyen halal khususnya kain tenun halal etnik lokal Sumatera Barat. Penelitian ini berusaha menemukan keterkaitan dari adanya proses sertifikasi halal (*halal certification*) dan pemberian logo halal terhadap kesadaran akan kehalalan (*halal awareness*) konsumen pada produk kain tenun etnik lokal Sumatera Barat. Penelitian terhadap kemampuan konsumen dalam melacak kehalalan (*halal traceability*) produk kain tenun etnik lokal juga dilakukan untuk mengukur bagaimana pengaruhnya terhadap hubungan kesadaran halal (*halal awareness*) konsumen dan niat pembelian halal (*halal purchase intention*) tenun halal etnik lokal Sumatera Barat. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dan turut serta dalam upaya meningkatkan perilaku pembelian dan cinta produk lokal oleh masyarakat Indonesia.

Implikasi praktis dalam penelitian ini juga memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang *halal awareness* dan *halal certification* terhadap produk halal yang pada penelitian berkaitan dengan kain tenun etnik lokal Sumatera Barat. Dengan adanya penelitian ini, *halal awareness* terhadap produk halal dapat membantu konsumen dalam memilih produk mana yang akan digunakan dalam kehidupan sehari-hari sesuai dengan syariat Islam. UMKM kain tenun etnik lokal diharapkan segera mensertifikasi halal produknya dan memberi logo halal untuk meningkatkan kesadaran halal konsumen. UMKM juga diharapkan dapat termotivasi untuk meningkatkan ragam produk dan disain kain tenun etnik lokal sebagai bagian dari halal produk yaitu memodifikasinya menjadi *modest fashion*. Produk fesyen etnik yang berkualitas tinggi dan menampilkan keahlian kerajinan tradisional yang unik dari Sumatera Barat akan membantu meningkatkan ekonomi daerah dan mempertahankan warisan budaya daerah. UMKM kain tenun halal etnik lokal Sumatera Barat juga dapat meningkatkan pemasaran produk halalnya melalui media pemasaran dengan membuat konten edukasi yang unik dan menarik terkait proses dan bahan baku pembuatan kain tenun halal etnik lokal yang telah sesuai dengan atribut halal.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penelitian ini, peneliti menyadari adanya kekurangan dan keterbatasan, antara lain:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada kain tenun etnik lokal Sumatera Barat saja, sehingga hanya konsumen lokal yang dapat dijadikan responden penelitian. Hal ini dapat dibuktikan dari karakteristik responden berdasarkan

Kota/Kabupaten domisili yang paling banyak berasal dari Kota Padang yaitu sebanyak 77 orang dari 150 orang data responden.

2. Penelitian ini mengukur 1 variabel eksogen, yaitu *halal certification* yang diuji pada variabel endogen, yaitu *halal awareness* dan *halal purchase intention*. Hal ini didasarkan pada riset yang dilakukan peneliti sendiri terhadap perkembangan *halal modest fashion* etnik lokal Sumatera Barat yang mana masih terfokus pada preferensi peneliti saja. Sehingga masih banyak unsur keberhasilan dan variabel – variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini.
3. Penelitian ini hanya menggunakan variabel moderasi *halal traceability* yang hasil moderasinya terhadap *halal awareness* dan *halal purchase intention* ditolak.
4. Hasil penelitian ini kurang merata dengan mendapatkan responden dengan karakteristik mayoritas merupakan seorang muslim, dan minoritas non-muslim. Hal ini menunjukkan bahwa kain tenun halal etnik lokal Sumatera Barat tidak hanya diminati oleh konsumen yang beragama Islam.

5.4 Saran Penelitian

Terdapat beberapa saran yang diberikan dari penelitian ini untuk dapat menjadi bahan perbaikan pada penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat membahas kain tenun etnik lokal daerah lain di Indonesia sebagai salah satu upaya untuk mengembangkan sektor halal terutama dibidang fesyen.

2. Diharapkan penelitian selanjutnya meneliti variabel lainnya seperti variabel *religious belief, knowledge, promotion, brand image, health reason* serta variabel lainnya yang dapat memberikan wawasan baru ke dalam *modest fashion* etnik lokal di Indonesia.
3. Diharapkan penelitian selanjutnya bisa menggunakan variabel moderasi lainnya misalnya *subjective norm*.
4. Diharapkan penelitian selanjutnya bisa mendapatkan responden yang lebih beragam dan merata terutama pada karakteristik responden berdasarkan agama.

