

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa peneliti pada bab IV maka di dapat kesimpulan berikut:

1. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara *halal knowledge* terhadap *halal awareness* pada produk tenun Minang Sumatera Barat. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki pengetahuan yang tinggi sehingga tinggi pula tingkat kesadaran konsumen akan pentingnya produk halal.
2. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara *halal awareness* terhadap *halal traceability* pada produk tenun Minang Sumatera Barat. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang sudah mengetahui tentang produk halal tentu akan mencari tau lebih mendalam lagi mengenai bagaimana produk halal tersebut dengan menelusuri dan melacak informasi halal tentang produk. Semakin tinggi tingkat kesadaran konsumen pada produk halal maka akan semakin tinggi pula rasa ingin tahu konsumen mengenai informasi produk.
3. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara *halal awareness* terhadap *halal purchase intention* pada produk tenun Minang Sumatera Barat. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya kesadaran konsumen tentang produk halal maka akan semakin tinggi pula niat beli konsumen pada produk halal tersebut karena sudah terjamin kualitasnya. Kesadaran halal ialah cara memahami bagaimana seseorang sadar akan proses produk halal, manfaat

produk halal, dan juga keamanan jika menggunakan produk halal. Ketika seseorang sadar akan produk halal tentu mempunyai pengaruh yang tinggi untuk melakukan pembelian pada produk tersebut.

4. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara *halal traceability* terhadap *halal purchase intention* pada produk tenun Minang Sumatera Barat. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sudah mengetahui tentang konsep halal dan bagaimana proses halal itu sendiri, tentu hal ini menjadi alasan konsumen untuk melakukan niat beli pada produk halal, hal ini juga didukung oleh proses pengolahan dan kualitas yang baik yang dilindungi oleh hukum agama dan negara.
5. *Halal traceability* tidak mampu memoderasi pengaruh antara *halal awareness* terhadap *halal purchase intention* pada produk tenun Minang Sumatera Barat. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang memiliki tingkat kesadaran yang tinggi dan memiliki niat yang tinggi untuk membeli produk tenun belum tentu memiliki kemampuan untuk mencari tahu atau menelusuri tentang informasi halal pada produk tenun.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil temuan penelitian ini mempunyai implikasi penting untuk produsen UMKM tenun di Sumatera Barat yaitu untuk lebih memperhatikan keamanan suatu produk dengan lebih memfokuskan kepada penerapan pengetahuan halal produk, kesadaran halal produk, dan keterlusuran halal produk agar niat beli dari konsomen terhadap produk tenun di Sumatera Barat meningkat. Berdasarkan hasil penelitian dan olah data, ada empat hipotesis yang memiliki

pengaruh yang signifikan dan satu hipotesis lagi tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini tentunya akan membawa pengaruh baik kepada niat beli konsumen tenun di Sumatera Barat. Ketika konsumen sudah mengetahui mengenai halal produk tentu akan meningkatkan kesadaran halal konsumen pada produk tenun. Ketika kesadaran konsumen meningkat tentu rasa ingin tahu konsumen mengenai produk tenun juga akan meningkat. Hal ini juga berpengaruh kepada peningkatan niat beli konsumen.

Selanjutnya pengetahuan halal konsumen terhadap produk tenun diharapkan dapat meningkatkan kesadarannya akan pentingnya kehalalan pada produk fashion khususnya produk tenun di Sumatera Barat. Hal ini tentunya juga akan meningkatkan keterlusuran konsumen pada produk tenun sehingga dapat mempengaruhi niat beli konsumen pada produk tenun di Sumatera Barat. Kemudian pihak produsen UMKM Tenun di Sumatera Barat harus memperhatikan dan juga mempertahankan kualitas dari produk tenun di Sumatera Barat.

Dari hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa ada konsumen yang berminat terhadap produk tenun halal, oleh karena itu produsen atau UMKM perlu menangkap peluang tersebut untuk kedepannya memproduksi tenun halal, selain itu produsen atau UMKM perlu juga menyiapkan perusahaan untuk menghasilkan produk tenun halal.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penelitian, peneliti menyadari bahwa masih ada kekurangan ataupun keterbatasan dalam melakukan penelitian ini. Kekurangan dan

keterbatasan ini diharapkan bisa menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya. Berikut ialah kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Tidak meratanya responden yang didapat pada setiap daerah karena penyebaran kuesioner yang menggunakan *google form* tidak bisa dikontrol keseluruhan.
2. Terjadinya bias terhadap generasi muda yang dapat dilihat pada profil responden yang kebanyakan adalah tamatan SMA dengan usia 20-30 tahun. Dengan ini mayoritas responden adalah generasi milenial dan generasi Z dan tidak dapat menggambarkan secara umum untuk generasi lainnya.
3. Penelitian ini hanya menggunakan variabel moderasi *halal traceability* yang hasil moderasinya terhadap *halal awareness* dan *halal purchase intention* ditolak.

5.4 Saran

5.4.1 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian ini hanya menganalisis pengetahuan halal, kesadaran halal, keterlusuran halal, dan niat beli. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar bisa dikembangkan lagi dengan menambah variabel lain seperti kepercayaan, sertifikat halal dan lain sebagainya.
2. Peneliti selanjutnya juga bisa untuk mengangkat judul yang sama dengan objek yang berbeda agar hasil dalam penelitian lebih baik dan bermanfaat serta dapat melihat perbandingan dengan produk lainnya apakah terdapat perbedaan atau tidak