

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

1. Hasil pengujian statistik persepsi berpengaruh secara signifikan, dengan bukti dari hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 25 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,541 dengan nilai signifikan 0,001. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} $3,541 > t_{tabel}$ 1,98698 dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Hasil pengujian statistik labelisasi halal tidak berpengaruh secara signifikan, dengan bukti dari hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 25 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 0,998 dan nilai signifikan 0,321. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} $0,998 < t_{tabel}$ 1,98698 dan nilai signifikan $0,321 > 0,05$. Maka, H_0 diterima dan H_a ditolak.
3. Hasil pengujian statistik kepercayaan konsumen tidak berpengaruh secara signifikan, dengan bukti dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 1,572 dan nilai signifikan 0,120. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} $1,572 < t_{tabel}$ 1,98698 dengan nilai signifikan $0,120 > 0,05$. Maka, H_0 diterima dan H_a ditolak.
4. Terdapat pengaruh persepsi, labelisasi halal, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk mie instan Korea pada mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Tarbiyah. Ini dibuktikan dari hasil pengolahan dengan menggunakan SPSS 25, berdasarkan metode penelitian Duwi Priyanto dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} yaitu $18,570 > 2,71$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka saran yang diberikan untuk peneliti selanjutnya meliputi:

1. Bagi perusahaan, perlunya mensosialisasikan serta memiliki rasa keterbukaan tentang label halal pada produk ke konsumen. Karena konsumen sering kali hanya memperhatikan tanpa memahami lebih dalam terkait kebenaran atau keaslian label halal yang tertera pada kemasan produk.
2. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat menjadi bahan dalam penambahan informasi terkait persepsi labelisasi halal dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk mie instan Korea. Sangat pentingnya mencari informasi lebih dalam terkait produk yang akan dikonsumsi, dapat mempengaruhi persepsi, kepercayaan serta keputusan pembelian konsumen.
3. Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan topik atau tema yang sama disarankan untuk menyempurnakan penelitian misalnya menambahkan variabel-variabel di luar penelitian ini. Mengingat kemampuan yang dimiliki dalam menerangkan masih terbatas.