

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan dari studi yang dilakukan terhadap konsumen es krim di Kota Jambi, dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Gambaran yang terdapat pada hubungan antara persepsi labelisasi halal dan keputusan membeli produk es krim, sebagaimana ditemukan dalam hasil penelitian dengan nilai r sebesar $-0,483$ maka dapat dikatakan dalam kategori Sedang.
2. Persepsi labelisasi halal menunjukkan tingkat yang tinggi, dengan 187 responden atau 85% dari total responden dalam kategori tersebut.
3. Keputusan membeli juga cenderung tinggi, dengan partisipasi sebanyak 160 orang atau 73% dari total responden.

5.2 Saran

Berikut adalah beberapa rekomendasi dan saran yang dapat diambil dari penelitian ini:

1. Untuk peneliti selanjutnya
 - a) Berdasarkan temuan hubungan antara persepsi labelisasi halal dengan keputusan membeli produk es krim, diharapkan penelitian mendatang dapat menggali lebih dalam dan memperluas variabel penelitian.
 - b) Disarankan untuk fokus pada produk atau jasa lain yang tengah berkembang di Kota Jambi, dengan tujuan memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai preferensi konsumen.
 - c) Melakukan wawancara mendalam dengan konsumen dapat menjadi langkah yang efektif untuk memahami lebih lanjut faktor-faktor yang memengaruhi perilaku dan keputusan membeli.

2. Bagi Masyarakat

Agar lebih berhati-hati dalam memilih produk, lebih mencermati dan mengamati dengan seksama semua informasi yang tertera pada produk

yang akan dibeli sehingga terhindar dari produk yang dapat merusak kesehatan serta mengandung bahan yang dilarang agama.

3. Bagi Pelaku UMKM

Penting untuk mengimplementasikan program edukasi yang bersifat informatif mengenai produk-produk UMKM, khususnya es krim di Kota Jambi. Dilanjutkan dengan menambahkan kelengkapan administrasinya seperti menambahkan labelling halal di setiap produknya dengan di uji terlebih dahulu di lembaga resmi dari pemerintah.

4. Bagi Pemerintah

Melakukan sosialisasi secara menyeluruh terkait labelling halal pada produk makanan. Dengan adanya upaya ini, diharapkan konsumen dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai produk umkm , meningkatkan kepercayaan mereka, dan menghilangkan ketidakpastian terkait kehalalan produk yang diberikan.