

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan dari penelitian yang telah dilaksanakan yaitu variabel label halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Label halal dapat meningkatkan pembelian produk UMKM terutama bagi konsumen muslim yang sangat memperhatikan label halal sebagai penanda keamanan dan kehalalan produk, maka produsen UMKM perlu menyadari pentingnya label (logo) halal pada produk mereka untuk menjaga dan meningkatkan penjualan produk halal, serta dengan terdapatnya label halal dengan tulisan dan gambar yang jelas membuat konsumen muslim mudah menemukan produk yang dapat dibeli serta dikonsumsi. Variabel promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Melalui berbagai metode promosi seperti potongan harga, iklan, pameran, atau promosi langsung pada penjualan produk UMKM halal akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen muslim. Maka, dengan adanya promosi pada produk halal UMKM yang unik atau inovatif memiliki potensi untuk menimbulkan pengaruh dikalangan konsumen dengan terciptanya tanggapan positif yang dapat meningkatkan popularitas produk dan memiliki dampak pada keputusan pembelian konsumen muslim. Variabel pembayaran digital dapat memengaruhi keputusan pembelian secara positif dan signifikan. Dengan terdapatnya pembayaran digital yang disediakan oleh pelaku UMKM halal akan meningkatkan keputusan pembelian, karena proses pembayaran digital memberikan kemudahan dan kecepatan dalam aktivitas transaksi, serta berpotensi memberikan dampak positif pada keputusan pembelian produk halal UMKM. Fasilitas dan kemudahan penggunaan platform pembayaran digital juga dapat menciptakan pengalaman transaksi yang positif bagi konsumen muslim.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Adapun keterbatasan yang telah peneliti indentifikasi pada penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Masih ada variabel tambahan yang dapat digunakan pada penelitian ini, sedangkan peneliti hanya menggunakan tiga variabel bebas. Terdapat 46,9% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian.
2. Batasan lokasi yang digunakan penelitian ini hanya pada domisili DKI Jakarta, sehingga untuk penelitian selanjutnya bisa diperluas cakupannya wilayahnya.
3. Penelitian ini memiliki jumlah responden yang terhitung sedikit dan populasi yang didapat pada penelitian ini masih didominasi oleh mahasiswa.

### 5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah peneliti lakukan, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan, yaitu:

#### 1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang akan meneliti dan membahas topik yang sama, sebaiknya untuk menggunakan dan menambahkan variabel bebas lain selain yang sudah digunakan pada penelitian ini dan dapat memperluas cakupan lokasi, populasi serta meningkatkan jumlah sampel yang diteliti untuk memperkuat data penelitian

#### 2. Bagi Pelaku UMKM

Pelaku UMKM halal yang belum memiliki sertifikat halal agar segera mendaftarkan produk yang mereka jual pada BPJPH atau MUI. Pelaku UMKM halal juga diharapkan melakukan promosi yang unik dan inovatif, maka bisa memotivasi pelanggan untuk melakukan pembelian produk dan dapat memanfaatkan strategi pemasaran yang berfokus pada kelebihan pembayaran digital serta berkomitmen pada prinsip-prinsip syariah untuk meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen muslim.