

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara (uji F) menunjukkan bahawa variabel independen Persepsi Sertifikasi Halal ( $X_1$ ), dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara bersamasama berpengaruh terhadap minat beli (Y) konsumen pada Bakso Juragan Palembang.
2. Secara (Uji T) variabel Persepsi Sertifikasi Halal ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap minat beli (Y), dan variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap minat beli (Y) konsumen pada Bakso Juragan Palembang.
3. Secara (Uji Koefisien Determinasi) pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Dari hasil pengujian pada tabel 4.10 diperoleh nilai  $f_{hitung}$  sebesar 34,767 dengan signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $p < 0,05$ ), maka hal ini berarti bahwa sertifikasi halal dan Kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli.

4. Persepsi Sertifikasi Halal berpengaruh paling dominan dibandingkan dengan Kualitas Produk terhadap Minat beli

Konsumen di Bakso Juragan Palembang.

## **B. SARAN**

Berdasarkan hasil dan analisis yang telah dilakukan, penelitian ini masih banyak kekurangan dan kelemahan, sehingga masih banyak yang harus diperbaiki dan diperhatikan lagi. Ada beberapa saran yang ditujukan kepada peneliti selanjutnya.

1. Bagi penelitian selanjutnya, Berdasarkan sebaiknya peneliti dapat memperluas ruang lingkup penelitian sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik dan akurat serta penelitian ini dapat dijadikan acuan maupun bahan koreksi penelitian selanjutnya 2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen bagi masyarakat dan menambah variabel yang berbeda.