

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Setelah melakukan analisis data yang berjudul "*Pengaruh Halal Product Knowledge, Ideology Religiosity, dan Halal Product Quality terhadap Purchase Intention Makanan Halal pada Womenpreneur di Yogyakarta*", beberapa kesimpulan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. *Halal Product Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* makan halal pada *womenpreneur* di Yogyakarta. H1 terbukti.
2. *Ideology Religiosity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* makanan halal pada *womenpreneur* di Yogyakarta. H2 terbukti.
3. *Halal Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* makanan halal pada *womenpreneur* di Yogyakarta. H3 terbukti.
4. Secara keseluruhan, ketiga variabel independent (*Halal Product Knowledge, Ideology Religiosity, dan Halal Product Quality*) memberi pengaruh sebesar 45,2% pada *Purchase Intention*, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

## 5.2. Saran

### 1. Bagi Industri Halal

Produsen makanan halal perlu meningkatkan edukasi konsumen tentang kehalalan produk, seperti menjelaskan proses sertifikasi dan bahan baku melalui kampanye pemasaran.

### 2. Bagi *Womenpreneur*

Disarankan untuk meningkatkan pemahaman tentang produk halal melalui pelatihan atau literatur yang relevan. Hal ini dapat membantu mereka memilih produk yang tidak hanya halal tetapi juga berkualitas.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Meneliti komponen-komponen lain yang memengaruhi *Purchase Intention*, seperti harga, aksesibilitas, atau promosi, untuk melengkapi hasil penelitian ini.

### 4. Bagi Pemerintah dan Lembaga Sertifikasi Halal

Meningkatkan aksesibilitas proses sertifikasi halal untuk mendukung pengembangan produk halal yang lebih luas.