

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.