

## **VI. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen muslim terhadap label halal pada makanan olahan cepat saji sosis dan nugget maka akan diperoleh kesimpulan dan saran sebagai berikut.

### **A. Kesimpulan**

1. Secara keseluruhan konsumen bersikap baik terhadap label halal baik dilihat dari aspek kognitif, afektif maupun konatif. Secara kognitif konsumen mengetahui berbagai macam label yang diteliti meliputi nomer registrasi, badan lembaga sertifikasi, model tulisan halal, komposisi produk dan nama produk bahwa label tersebut menunjukkan kehalalan produk. Secara sikap afektif konsumen menyetujui bahwa lima macam label itu penting dicantumkan. Secara konatif konsumen mempertimbangkan lima macam label untuk menunjukkan kehalalan suatu produk.
2. Dari hasil analisis regresi berganda yang dilakukan, diketahui bahwa sikap konsumen muslim terhadap label halal pada makanan olahan cepat saji sosis dan nugget secara nyata dipengaruhi oleh kebiasaan keluarga, pengeluaran dan motivasi, akan tetapi tidak dipengaruhi oleh kelompok keagamaan.

### **B. Saran**

1. Produsen sebaiknya mengajukan sertifikasi halal ke badan lembaga sertifikasi Majelis Ulama Indonesia yang diakui pemerintah dan jelas kehalalannya.
2. Sebaiknya dalam kegiatan keagamaan sudah selayaknya sosialisasi tentang kehalalan produk dan di sampaikan dalam materi kegiatan-kegiatan keagamaan, karena itu sangat penting dan bermanfaat untuk kita sebagai umat Muslim.