

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan menggunakan SPSS 25, bahwa dari hasil tersebut dapat disimpulkan H_{0a} ditolak dan H_{1a} diterima. Artinya bahwa *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kuliner halal di Kedai Nasi Goreng Modern.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan menggunakan SPSS 25, bahwa dari hasil tersebut dapat disimpulkan H_{0b} ditolak dan H_{1b} diterima. Artinya bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kuliner halal di Kedai Nasi Goreng Modern.

Berdasarkan uji F, nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis H_{0c} ditolak dan H_{1c} diterima, dengan kata lain variabel-variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yang diperkuat dengan nilai tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa *word of mouth* dan *brand image* berpengaruh

signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian kuliner halal di Kedai Nasi Goreng Modern.

Berdasarkan uji korelasi (r) dan uji determinasi (R^2), nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,507 yang berarti dapat disimpulkan tingkat hubungan antara variabel *word of mouth* dan *brand image* dengan keputusan pembelian kuliner halal di Kedai Nasi Goreng Modern dinyatakan sedang dikarenakan berada dalam interval 0,400 – 0,599. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,257 atau 25,7% yang berarti dapat disimpulkan variabel keputusan pembelian dijelaskan oleh variabel *word of mouth* dan *brand image* sebesar 0,257 atau 25,7%. Sedangkan sisanya sebesar $100\% - 25,7\% = 74,3\%$ dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Dari hasil penelitian gaya hidup dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk fashion syariah brand hijab merk Umama. Maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bisa dikembangkan lebih luas lagi pembahasannya agar mendapat wawasan yang lebih berkualitas tidak hanya mengenai

variabel *word of mouth* dan *brand image* saja namun masih terdapat variabel lain yang bisa diteliti.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi untuk pengembangan ilmu bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya sehingga dapat menjadi lebih baik lagi.

3. Bagi Konsumen

Penelitian ini memberikan saran bagi konsumen agar terus meningkatkan wawasan keislamannya agar lebih bijak lagi dalam menentukan setiap keputusan pembelian kuliner sehingga dapat berwisata kuliner namun sesuai dengan yang diharamkan dalam ajaran Islam.

4. Bagi Pelaku Usaha

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, *owner* Kedai Nasi Goreng Modern Serang harus terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan agar mampu bersaing dengan kuliner lain, selain itu harus melakukan inovasi terhadap menu yang ada.