

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai Pengaruh *Halal Awareness*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hisana Fried Chicken Pada Masyarakat Talun Kabupaten Cirebon, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Halal awareness* tidak berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian Produk Hisana Fried Chicken pada masyarakat Talun Kabupaten Cirebon diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar  $-0,127$  yang menunjukkan nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $-0,127 < 1,985$ ) dengan nilai signifikansi ( $0,899 > 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa *Halal Awareness* bukan merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. *Halal awareness* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian masyarakat untuk membeli makanan karena masyarakat masih kurang memperhatikan pentingnya kesadaran halal dan pemahaman informasi tentang kehalalan dalam menentukan pilihan produk.
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk Hisana Fried Chicken pada masyarakat Talun Kabupaten Cirebon diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar  $3,800$  yang menunjukkan nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $3,800 > 1,985$ ) dengan nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan oleh pelanggan, semakin besar kemungkinan mereka akan membuat keputusan pembelian yang lebih baik.
3. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk Hisana Fried Chicken pada masyarakat Talun Kabupaten Cirebon diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar  $1,019$  yang menunjukkan nilai  $t$  hitung kurang dari  $t$  tabel ( $1,019 < 1,985$ ) dengan nilai signifikansi ( $0,311 > 0,05$ ).

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan hanya dapat dipengaruhi oleh kondisi di lingkungan gerai Hisana Fried Chicken Talun, sehingga konsumen lebih cenderung membeli dengan cara take away atau tidak makan di tempat karena satu-satunya hal yang paling penting bagi mereka adalah kecepatan pelayan.

4. *Halal awareness*, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hisana Fried Chicken pada masyarakat Talun Kabupaten Cirebon, dibuktikan dengan hasil uji simultan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan nilai  $f$  hitung  $> f$  tabel ( $16,272 > 2,70$ ).

## B. Saran

Penulis ingin mengemukakan beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai masukan untuk meningkatkan kualitas dan manfaat penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Diharapkan agar para akademisi dapat melanjutkan penelitian lebih lanjut mengenai produk Hisana Fried Chicken dengan berbagai pendekatan yang lebih bervariasi. Mengingat pesatnya perkembangan industri makanan cepat saji, terutama terkait dengan beragamnya variasi ayam goreng krispi yang sedang tren, penelitian selanjutnya dapat menggali faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Hisana Fried Chicken seperti brand awareness dan lokasi Gerai.

2. Bagi Hisana Fried Chicken

Masyarakat yang mengonsumsi produk Hisana Fried Chicken terbukti mampu bersaing di pasar. Namun, perusahaan harus berkonsentrasi pada penguasaan kualitas dan kualitas produk yang beredar di pasaran jika mereka ingin bertahan dan tetap kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat. Untuk tetap relevan dan unggul dalam industri makanan cepat saji, bisnis harus terus berinovasi dengan membuat produk baru yang dapat menarik konsumen.

### 3. Bagi Konsumen

Bagi konsumen, terutama masyarakat penting untuk lebih memperhatikan kehalalan produk saat membeli Hisana Fried Chicken atau produk konsumsi lainnya. Makanan halal merupakan bagian yang wajib dalam ajaran agama Islam, sehingga prinsip agama seharusnya tidak hanya menjadi pengetahuan, tetapi juga diterapkan dalam kehidupan sehari-hari..



# UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON