

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, Indonesia menjadi salah satu negara dengan populasi Muslim tertinggi di dunia. Sehingga kebutuhan akan produk makanan serta minuman halal menjadi sangat penting. Kesadaran halal banyak dipengaruhi berbagai faktor informasi, kebiasaan keluarga, dan kepercayaan sosial. Yusoff dan Adzharuddin (2017) Fokus pada keluarga Muslim di Malaysia, belum menguji perilaku wisatawan Muslim di sektor *streetfood*, menegaskan bahwa *halal awareness* menjadi isu penting di berbagai negara, bukan hanya itu di Indonesia. Konsep halal bukan hanya terkait dengan syariat agama, tetapi juga mencakup semua aspek kesehatan, keamanan, dan kualitas produk (halalan tayyiban). Hal ini sangat menjadikan jaminan halal sebagai salah satu faktor utama dalam perilaku konsumsi masyarakat Muslim. Menurut penelitian nilai religius (religiositas) tetap menjadi pendorong utama perilaku konsumsi halal. Studi oleh Zahro dan Widiyanti (2024) menunjukkan bahwa religiusitas memengaruhi pilihan untuk makan makanan halal, lebih besar dibanding faktor pendapatan atau harga. Selain itu, Nizar, Ratnasari & Usman (2024) menemukan bahwa religiusitas bersama dengan *halal awareness* secara positif serta signifikan meningkatkan niat beli produk halal. Penelitian Kamal & Padmantyo (2025) juga menegaskan bahwa religiusitas merupakan faktor dominan dalam membenntuk sebuah sikap dan niat beli terhadap suatu produk berlabel halal.

Seiring dengan perkembangan zaman, industri kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat. Salah satu sektor yang terus berkembang adalah kuliner jalanan (*streetfood*), yang menawarkan harga terjangkau dan cita rasa khas lokal. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melaporkan bahwa wisata kuliner, termasuk *streetfood*, menjadi salah satu daya tarik utama wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun, di

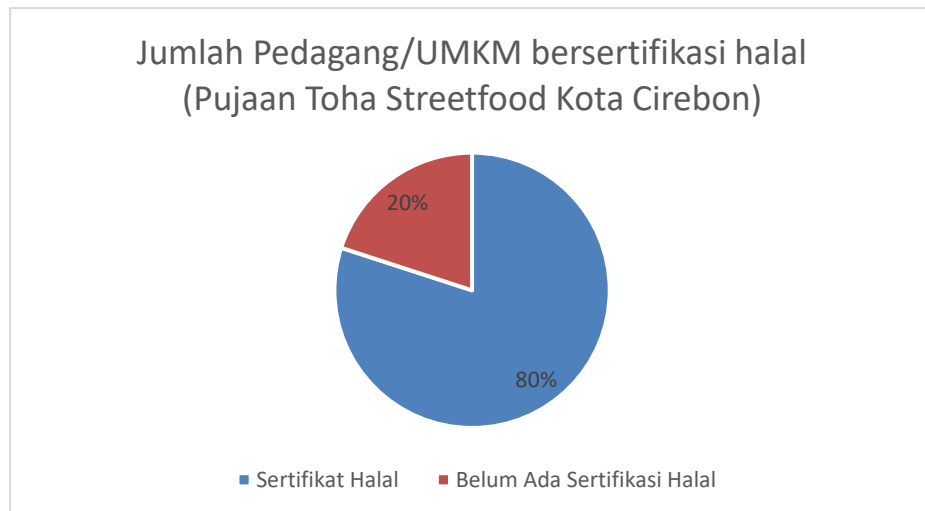
balik popularitasnya, *streetfood* seringkali menghadapi tantangan terkait kebersihan, kualitas, dan terutama status kehalalan produk yang ditawarkan. Dalam konteks inilah, kesadaran halal (*halal awareness*) wisatawan Muslim menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. *Halal awareness* mencakup pemahaman konsumen terhadap konsep halal, pengetahuan mengenai proses produksi, serta perhatian pada sertifikasi halal yang melekat pada produk (Pramintasari dan Fatmawati, 2020). Penelitian Setyaningsih dan Marwansyah (2019) menunjukkan bahwa semakin tinggi *halal awareness*, semakin besar pula minat konsumen untuk membeli produk makanan halal. Sementara itu, Sayyaf (2023) menemukan bahwa *halal awareness*, *halal knowledge*, dan berlabel halal berpengaruh signifikan bagi keputusan pembelian makanan *streetfood* di Kota Cirebon.

Literatur terbaru menunjukkan bahwa *halal awareness* berperan penting dalam keputusan pembelian (Aziz & Chok, 2020; Farhana & Ridwan, 2023). Selain itu, literasi halal meningkatkan kehati-hatian konsumen dalam memilih produk (Ismail & Zainuddin, 2021, Rahmawati et al., 2022). Namun, penelitian yang mengkaji hubungan kedua variabel tersebut dalam konteks *streetfood* di destinasi wisata masih terbatas. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan berbagi banyak teori serta praktik yang ada dilapangan, termasuk pada wisatawan Muslim yang berkunjung ke Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon. Penelitian mengenai literasi halal dan *halal awareness* pada umumnya dilakukan pada konteks produk makanan kemasan, restoran bersertifikasi halal atau konsumen secara umum tanpa memperhatikan karakteristik lokasi wisata tertentu. Namun demikian, penelitian ini memiliki perbedaan konteks yang lebih spesifik, yaitu pada kawasan *streetfood* wisata yang menjadi pusat aktivitas kuliner wisatawan. Penelitian dilakukan di kawasan kuliner Pujaan Toha *Streetfood* yang berada di Kota Cirebon, yang terkenal sebagai salah satu lokasi kuliner yang ramai dikunjungi wisatawan, termasuk wisatawan muslim. Berbeda dengan restoran formal yang umumnya telah memiliki sertifikasi halal, sebagai besar pelaku usaha di kawasan *streetfood* merupakan UMKM lokasi yang

belum seluruhnya memiliki sertifikasi halal, kondisi ini menimbulkan ketidakpastian bagi wisatawan muslim dalam memastikan kehalalan produk yang dikonsumsi, sehingga keputusan membeli sangat dipengaruhi oleh tingkat literasi halal dan *halal awareness* masing-masing individu. Oleh sebab itu, penelitian ini sangat penting dilakukan untuk memahami perilaku wisatawan muslim dalam konteks destinasi kuliner wisata berbasis UMKM lokal yang belum sepenuhnya tersertifikasi halal yang masih jarang dikaji dalam penelitian sebelumnya.

Fenomena serupa juga terlihat di Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon, yang sangat dikenal dengan salah satu destinasi kuliner di Jawa Barat. Pujaan Toha *Streetfood* merupakan salah satu kawasan kuliner populer di Kota Cirebon yang berlokasi di Jalan Moh. Toha. Kawasan ini mulai berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir serta menjadikannya destinasi favorit untuk masyarakat lokal maupun wisatawan dari luar kota karena menyajikan beragam makanan khas Cirebon dengan harga yang terjangkau. Di kawasan ini terdapat berbagai pelaku usaha, mulai dari pedagang kaki lima hingga pelaku UMKM kuliner yang berperan penting dalam mendukung sektor ekonomi kreatif daerah.

Secara geografis, kawasan Pujaan Toha *Streetfood* mempunyai lokasi yang strategis, karena terletak tidak jauh dari Stasiun Kejaksan Cirebon dan dikelilingi oleh sejumlah hotel serta pusat keramaian kota, sehingga menjadikannya titik ramai bagi wisatawan yang berkunjung ke Cirebon. Berdasarkan keterangan dari Bapak Lurah Kesenden selaku pengelola kawasan jajanan Toha, area ini termasuk dalam wilayah Kelurahan Kesenden, dan pengaturan pedagang dilakukan secara terkoordinasi oleh setiap RW. Bahkan, menurut beliau, kawasan ini sempat direncanakan untuk dikembangkan menjadi sentra kuliner halal, sejalan dengan upaya pemerintah daerah dalam mendorong pariwisata halal di Cirebon.



Gambar 1.1

Jumlah pedagang/UMKM bersertifikat halal (Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon)

Diagram menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang/UMKM di Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon telah memiliki sertifikat halal, yaitu sebesar 80%. Sementara itu, sebanyak 20% pedagang/UMKM lainnya masih belum memiliki sertifikasi halal. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepemilikan sertifikat halal sudah cukup tinggi, namun masih terdapat sebagian pelaku usaha yang perlu didorong untuk mengurus sertifikasi halal. Namun, mayoritas pengunjung di kawasan ini adalah wisatawan Muslim, masih terdapat variasi dalam tingkat kesadaran terhadap kehalalan suatu produk makanan serta minuman yang akan dijual. Ada beberapa pedagang yang sudah memiliki sertifikasi halal. Namun, tidak semua pedagang di Pujaan Toha *Streetfood* memiliki sertifikasi halal yang jelas, kondisi ini menuntut adanya tingkat kesadaran yang lebih tinggi dari wisatawan Muslim terhadap kehalalan produk yang mereka konsumsi. Apabila tingkat kesadaran wisatawan terhadap kehalalan makanan dan minuman masih rendah, maka kepercayaan wisatawan berpotensi menurun. Selain itu, sebagian pedagang yang belum memiliki sertifikasi halal resmi cenderung hanya mengandalkan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, kondisi ini menjadikan Pujaan Toha *Streetfood* sebagai lokasi yang menarik untuk

diteliti, karena dapat memberikan gambaran nyata mengenai bagaimana *halal awareness* wisatawan Muslim memengaruhi keputusan pembelian pada sektor kuliner jalanan yang dikelola secara lokal dan didominasi oleh pelaku UMKM. Selain itu, keputusan membeli makanan dan minuman merupakan proses penting yang melibatkan tahapan yang akan mulai dari pengenalan terhadap suatu kebutuhan, pencarian suatu informasi, dan evaluasi serta alternatif, hingga perilaku pascapembelian. Dalam konteks wisata kuliner, keputusan membeli tidak akan didasarkan pada faktor rasa serta harga, tetapi pada kepercayaan terhadap kehalalan produk yang dikonsumsi. Konsumen yang memiliki tingkat *halal awareness* tinggi cenderung lebih berhati-hati dan selektif dalam memilih makanan dan minuman yang akan dibeli (Hassani and Moghavvemi, 2020). Dengan demikian, keputusan pembelian makanan halal dapat mencerminkan sejauh mana kesadaran dan pengetahuan konsumen terhadap nilai-nilai keislaman diterapkan dalam perilaku konsumtif mereka.

Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis pengaruh *halal awareness* wisatawan Muslim terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman di Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon. Kawasan ini menjadi lokasi yang relevan karena menunjukkan dinamika nyata antara perilaku konsumen Muslim dan tingkat kesadaran mereka terhadap aspek kehalalan produk yang dikonsumsi. Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami sejauh mana literasi halal dan *halal awareness* wisatawan Muslim memengaruhi keputusan mereka dalam membeli makanan dan minuman di kawasan kuliner tersebut. Jika kesadaran halal konsumen masih rendah, maka dapat menurunkan kepercayaan dan loyalitas wisatawan Muslim terhadap citra kawasan Pujaan Toha *Streetfood* sebagai destinasi kuliner yang layak dikunjungi. Sebaliknya, peningkatan *halal awareness* melalui penyediaan informasi halal, sertifikasi, serta edukasi kepada konsumen dan pelaku usaha dapat memperkuat posisi

Pujaan Toha *Streetfood* sebagai sentra kuliner halal unggulan di Kota Cirebon.

Berdasarkan Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami hal tersebut. tingkat *halal awareness* wisatawan Muslim serta menganalisis pengaruhnya terhadap pilihan untuk membeli makanan dan minuman di Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana tingkat *halal awareness* memengaruhi perilaku konsumsi wisatawan Muslim, khususnya dalam konteks kuliner jalanan yang menjadi daya tarik utama sektor pariwisata. Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk memberikan kontribusi teoritis untuk proses pengembangan penelitian perilaku konsumen Muslim dan ekonomi halal, serta memperkaya literatur mengenai Hubungan antara pengetahuan tentang literasi halal dan *halal awareness* dengan keputusan pembelian dalam sektor kuliner. tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pengembangan pariwisata halal dan ekonomi kreatif berbasis UMKM di Kota Cirebon. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk mengevaluasi "Pengaruh Literasi Halal dan *Halal Awareness* Wisatawan Muslim terhadap Keputusan Membeli Makanan dan Minuman pada Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon”.

Berdasarkan Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami hal tersebut. tingkat *halal awareness* wisatawan Muslim serta menganalisis pengaruhnya terhadap pilihan untuk membeli makanan dan minuman di Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana tingkat *halal awareness* memengaruhi perilaku konsumsi wisatawan Muslim, khususnya dalam konteks kuliner jalanan yang menjadi daya tarik utama sektor pariwisata. Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk memberikan kontribusi teoritis untuk proses pengembangan penelitian perilaku konsumen Muslim dan ekonomi halal, serta memperkaya literatur mengenai Hubungan antara pengetahuan tentang

literasi halal dan *halal awareness* dengan keputusan pembelian dalam sektor kuliner. tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pengembangan pariwisata halal dan ekonomi kreatif berbasis UMKM di Kota Cirebon. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk mengevaluasi "Pengaruh Literasi Halal dan *Halal Awareness* Wisatawan Muslim terhadap Keputusan Membeli Makanan dan Minuman pada Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon.

B. Permasalahan Penelitian

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, pada sub bagian ini akan diuraikan secara sistematis mengenai identifikasi masalah, pembatasan masalah, dan perumusan masalah. Ketiga komponen ini disusun untuk memperjelas fokus kajian dan batas ruang lingkup penelitian, sehingga pelaksanaan penelitian dapat terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

1. Identifikasi Masalah

Yang dimaksud kajian pada penelitian tersebut ialah “Industri Halal” dengan tema “Jaminan Halal” dan sub tema “*Awareness* Wisatawan Muslim terhadap Produk Pariwisata Halal” yang dalam hal ini berkaitan dengan bagaimana tingkat literasi halal dan kesadaran halal wisatawan Muslim memengaruhi perilaku mereka memilih dan membeli makanan halal di destinasi wisata, yaitu dalam “Pengaruh Literasi Halal dan *Halal Awareness* Wisatawan Muslim terhadap Keputusan Membeli Makanan dan Minuman pada Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon”.

Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon adalah kawasan kuliner yang terletak di Jalan Moh. Toha, Kota Cirebon, dan menjadi salah satu pusat jajanan malam yang banyak dikunjungi wisatawan. Kawasan ini didominasi oleh pedagang UMKM yang menyediakan beragam makanan dan minuman khas Cirebon. Posisi strategisnya menjadikan area ini menarik sebagai objek penelitian, khususnya terkait perilaku konsumsi wisatawan Muslim, karena tidak seluruh pedagang memiliki sertifikasi halal yang jelas sehingga menuntut adanya literasi halal dan *halal*

awareness dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Adapun permasalahannya sebagai berikut:

- a. Pertumbuhan industri kuliner, khususnya *streetfood*, semakin pesat di Cirebon sehingga menciptakan persaingan ketat di antara pelaku usaha.
- b. Wisatawan Muslim sebagai mayoritas konsumen memiliki kebutuhan terhadap makanan dan minuman halal, namun kesadaran terhadap aspek halal (*halal awareness*) masih bervariasi.
- c. Tidak semua pedagang di Pujaan Toha *Streetfood* memiliki sertifikasi halal yang jelas, sehingga menimbulkan keraguan bagi sebagian wisatawan Muslim.
- d. Wisatawan terkadang lebih mengutamakan rasa, harga, dan kenyamanan dibandingkan aspek kehalalan produk.
- e. Belum ada penelitian yang secara khusus menyelidiki dampak *halal awareness* terhadap suatu keputusan pembelian wisatawan Muslim pada kawasan kuliner Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon.

2. Pembatasan Masalah

Untuk membuat penelitian lebih mudah, penelitian ini membatasi masalah yang diteliti. Oleh karena itu, pembatasan masalah pada penelitian ini pada pengaruh literasi halal dan *halal awareness* wisatawan muslim terhadap keputusan membeli makanan dan minuman pada pujaan toha *streetfood* Kota Cirebon. Maka pembatasan masalah dalam penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

- a. Subjek penelitian difokuskan pada wisatawan Muslim yang datang serta melakukan sebuah pembelian makanan serta minuman di kawasan Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon.
- b. Variabel yang dikaji dua variabel literasi halal dan *halal awareness* (variabel independen), serta pengaruhnya terhadap pilihan pembelian (variabel dependen).
- c. Penelitian hanya meneliti keputusan membeli berdasarkan literasi halal dan *halal awareness* tanpa menganalisis faktor lain (misalnya

harga, rasa, kualitas produk, dan promosi) tidak dianalisis secara mendalam.

- d. Penelitian tidak membahas secara mendalam proses sertifikasi halal pelaku usaha atau sistem produksi makanan, melainkan persepsi konsumen terhadap kehalalan produk.
- e. Instrumen ini penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert untuk disebarkan kepada wisatawan Muslim yang pernah membeli makanan atau minuman di lokasi penelitian.

C. Perumusan Masalah

Dalam Industri Halal, Literasi halal dan *halal awareness* merupakan dua elemen penting dalam industri halal yang memengaruhi perilaku konsumsi wisatawan Muslim. Literasi halal membantu wisatawan memahami konsep halal dan haram, proses produksi, dan urgensi sertifikasi halal, sedangkan *halal awareness* meningkatkan kehati-hatian dalam memilih produk, khususnya pada sektor kuliner wisata. Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon menjadi salah satu destinasi kuliner populer bagi wisatawan Muslim. Namun, tidak semua pedagang memiliki sertifikasi halal yang jelas, sehingga keputusan pembelian sangat bergantung pada tingkat literasi halal dan kesadaran halal wisatawan. Hingga kini, belum terdapat kajian yang menjelaskan seberapa besar pengaruh kedua variabel tersebut terhadap keputusan membeli di kawasan tersebut. Oleh sebab itu, penelitian tersebut sangatlah penting yang dilakukan untuk menganalisis hubungan antara literasi halal, *halal awareness*, dan pilihan pembelian wisatawan Muslim di Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon. maka rumusan masalah di dalam peneliitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Literasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman pada Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon?

2. Apakah *Halal awareness* wisatawan muslim berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman pada Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon?
3. Apakah Literasi halal dan *Halal awareness* wisatawan muslim berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman pada Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon?

D. Tujuan Penelitian

Ada beberapa tujuan penting dalam sebuah penelitian ini yang sesuai dengan tujuan yang diajukan, Adapun tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Untuk Menguji dan Menganalisis literasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman pada Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon.
2. Untuk Menguji dan Menganalisis *Halal awareness* wisatawan muslim berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman pada Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon.
3. Untuk Menguji dan Menganalisis Literasi halal serta *Halal awareness* wisatawan muslim berpengaruh terhadap suatu keputusan pembelian makanan dan minuman pada Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon?

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Secara umum, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini meliputi hal-hal berikut, yaitu:

a. Manfaat Teoretis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan berkontribusi pada kemajuan pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran, perilaku konsumen Muslim, dan pariwisata halal. Hasil dari sebuah penelitian tersebut dapat menjadi referensi akademik yang menjelaskan peran literasi halal dan *halal awareness* dalam memengaruhi keputusan pembelian, terutama pada sektor kuliner *streetfood* yang tengah berkembang pesat

di Indonesia. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan bagi studi-studi selanjutnya yang mengkaji isu serupa, sehingga memperkaya literatur mengenai jaminan halal dan kesadaran konsumen dalam konteks industri pariwisata serta kuliner halal

b. Manfaat Praktis

- Bagi pengelola Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dalam merumuskan strategi peningkatan daya tarik kuliner halal, misalnya melalui sertifikasi halal, promosi halal di media, atau penyediaan informasi halal yang jelas bagi konsumen.
- Bagi pelaku usaha kuliner, penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya halal awareness dalam membangun kepercayaan konsumen Muslim dan meningkatkan keputusan pembelian.
- Bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan pariwisata, hasil studi ini dapat menjadi dasar dalam mendukung pengembangan destinasi kuliner halal sebagai bagian dari pariwisata halal di Cirebon.
- Bagi penulis atau peneliti, penelitian ini memberikan pengalaman empiris dalam menerapkan teori keilmuan sekaligus memperluas wawasan tentang perilaku konsumen Muslim.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam proposal skripsi dengan judul, “Pengaruh Literasi Halal dan *Halal Awareness* Wisatawan Muslim terhadap Keputusan Membeli Makanan dan Minuman pada Pujaan Toha *Streetfood* Kota Cirebon” pembahasan tersebut dapat dikelompokkan dengan lima bagian yang sistematika penyusunan adalah sebagai berikut diantaranya yaitu:

Bab I Pendahuluan

Berisi uraian mengenai gambaran umum penelitian. Dalam sebuah bab ini dapat dijelaskan mengenai latar belakang suatu masalah untuk melandasi pemilihan topik penelitian, identifikasi masalah, pembatasan

masalah agar ruang lingkup penelitian lebih terfokus, serta perumusan masalah yang menjadi dasar penyusunan hipotesis. Selain itu, pada bab ini juga diuraikan tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara teoretis maupun praktis, penelitian terdahulu yang relevan sebagai acuan pengembangan penelitian, dan sistematika penulisan yang menjelaskan susunan keseluruhan isi skripsi.

Bab II Tinjauan Teoritis

Berisi pembahasan mengenai teori-teori yang relevan dengan variabel penelitian, yaitu literasi halal serta *halal awareness* bagi keputusan pembelian. Pada bab ini dikemukakan konsep dasar mengenai perilaku wisatawan Muslim, teori perilaku terencana (TPB), serta penelitian-penelitian terdahulu yang mendukung dan menjadi dasar bagi pengembangan kerangka pemikiran. Tinjauan pustaka ini bertujuan untuk memberikan landasan teoritis yang kuat sebagai acuan dalam menganalisis hasil penelitian.

Bab III Metode Penelitian

Menjelaskan bahwa pendekatan serta metode yang dilakukan dalam penelitian tersebut. Bab ini menguraikan secara rinci tentang lokasi dan waktu penelitian, suatu jenis penelitian, sumber data yang akan digunakan (primer dan sekunder), populasi dan sampel, teknik pengumpulan suatu data, serta teknik analisis data. Selain itu, pada bab ini juga dijelaskan mengenai definisi operasional variabel agar indikator penelitian lebih terukur. Pendekatan dalam penelitian tersebut digunakan ialah suatu pendekatan kuantitatif dengan berbagai tujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui analisis statistik.

Bab IV Hasil Penelitian

Berisi penyajian dan analisis data yang didapatkan di dalam sebuah lapangan. Pada bab ini diuraikan hasil pengolahan data responden, hasil uji validitas serta reliabilitas instrumen, serta hasil uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier yang berganda. Hasil dari penelitian kemudian dibahas

yang akan mengaitkannya pada berbagai teori dan penelitian terdahulu agar mengetahui kesesuaian antara temuan empiris dan landasan konseptual yang telah dijelaskan sebelumnya.

Bab V Penutup

Berisi kesimpulan serta saran. Kesimpulan tersebut disusun berdasarkan hasil dari penelitian serta analisis akan dilakukan, sehingga dapat mampu menjawabnya dari rumusan masalah serta akan diajukan pada Bab I. Saran disampaikan sebagai masukan bagi pihak- pihak yang terkait, seperti pengelola Pujaan Toha *Streetfood*, pelaku usaha kuliner, pemerintah daerah, serta peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian pada bidang yang sama.

