

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Konsumen generasi Y dan generasi Z pada produk makanan di kawasan kuliner jalanan di Kota Bandung memiliki tingkat literasi halal, OCR dan lokasi yang tinggi. Adapun penjelasan deskriptif dari masing-masing variabel sebagai berikut:
 - a. Pertama, konsumen generasi Y dan Z pada produk makanan di kawasan kuliner jalanan di Kota Bandung memiliki pemahaman yang baik mengenai kehalalan suatu produk, selain itu mereka juga mementingkan kehalalan sebelum membeli makanan di kawasan kuliner jalanan di Kota Bandung.
 - b. Kedua, konsumen generasi Y dan Z pada produk makanan di kawasan kuliner jalanan di Kota Bandung memiliki kepercayaan dan kredibilitas terhadap suatu ulasan *online*. Selain itu, konsumen mendapatkan informasi tambahan dan pemahaman lebih mendalam tentang kelebihan dan kekurangan, serta bagaimana produk memenuhi kebutuhan atau ekpektasi konsumen.
 - c. Ketiga, konsumen generasi Y dan Z pada produk makanan di kawasan kuliner jalanan di Kota Bandung mementingkan lokasi yang mudah dijangkau dan fasilitas yang memadai dalam melakukan pembelian makanan di kawasan kuliner jalanan di Kota Bandung.
2. Tingkat literasi halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan di kawasan kuliner jalanan di kota Bandung. Hal ini mencakup pemahaman yang mendalam tentang kehalalan bahan baku, proses produksi dan penyajian makanan. Sehingga, semakin tinggi pemahaman dan kesadaran halal konsumen terhadap produk makanan, semakin besar

kemungkinan mereka akan membeli produk makanan di kawasan kuliner jalanan di kota Bandung

3. Tingkat OCR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan di kawasan kuliner jalanan di kota Bandung. Hal ini mencakup mencakup pemahaman yang mendalam tentang ulasan yang baik yang disampaikan oleh konsumen lain menjadi sumber kepercayaan dalam membeli produk. Sehingga, semakin baik ulasan dari konsumen lain terhadap produk makanan yang dicari, semakin besar kemungkinan mereka akan membeli produk makanan di kawasan kuliner jalanan di kota Bandung
4. Tingkat lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian makanan di kawasan kuliner jalanan di kota Bandung. Hal ini disebabkan karena keputusan pembelian makanan di kawasan kuliner jalanan di Kota Bandung tidak hanya dipengaruhi oleh faktor lokasi melainkan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Implikasi

Implikasi pada penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu implikasi teoritis dan implikasi praktis. Secara teoritis, temuan penelitian menunjukkan bahwa literasi halal dan OCR berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian makanan di kawasan kuliner jalanan di Kota Bandung. Hal ini menunjukkan pentingnya faktor agama dan budaya dalam perilaku konsumen. Hal tersebut menegaskan bahwa pengusaha makanan di kawasan kuliner jalanan di Kota Bandung perlu memperhatikan kepatuhan terhadap prinsip halal dalam produk dan layanan mereka untuk menarik konsumen yang mementingkan aspek halal. Hasil penelitian ini juga menegaskan bahwa ulasan pelanggan *online* memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga, pengusaha di kawasan kuliner jalanan di Kota Bandung harus aktif memantau dan merespons ulasan pelanggan secara *online* dengan cara yang membangun kepercayaan dan mempromosikan kualitas produk mereka.

Kemudian, berdasarkan temuan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan di kawasan kuliner jalanan di Kota Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen di kawasan tersebut mungkin lebih memprioritaskan

faktor-faktor lain dalam proses pengambilan keputusan pembelian dan akan datang ke suatu tempat tanpa memperhatikan seberapa jauh atau dekatnya lokasinya, asalkan tersedia beragam pilihan makanan. Hasil temuan tersebut menekankan pentingnya aspek lain seperti kualitas produk, harga, citra merek, atau pengalaman pelanggan dalam memengaruhi keputusan pembelian makanan. Dengan mengetahui bahwa lokasi bukanlah faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian, pengusaha makanan di kawasan kuliner jalanan di Kota Bandung dapat menyesuaikan strategi pemasaran dan operasional mereka secara lebih fleksibel. Mereka dapat mengalokasikan sumber daya mereka untuk mengoptimalkan aspek-aspek lain yang lebih memengaruhi preferensi konsumen.

Adapun implikasi secara praktis dalam penelitian ini yaitu, pengusaha makanan kuliner jalanan di Kota Bandung perlu memperhatikan pentingnya literasi halal dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Mereka dapat meningkatkan literasi halal dengan menyediakan informasi yang jelas dan transparan tentang status halal produk mereka, misalnya dengan menampilkan sertifikat halal secara terbuka di tempat usaha. Kemudian, pengusaha makanan kuliner jalanan di Kota Bandung harus merespons ulasan dengan cepat dan profesional, baik yang positif maupun negatif, untuk membangun kepercayaan dan reputasi yang baik di antara konsumen potensial. Meskipun lokasi tidak memiliki dampak besar pada keputusan pembelian, pengusaha masih perlu mempertimbangkan faktor-faktor lokal seperti aksesibilitas, keamanan, dan kenyamanan bagi konsumen. Mereka dapat memastikan bahwa lokasi mereka mudah dijangkau dan menyediakan lingkungan yang nyaman bagi pelanggan.

5.3 Rekomendasi

Adapun rekomendasi yang diberikan penulis berdasarkan hasil temuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam konteks konsumen generasi Y dan Z pada produk makanan di kawasan kuliner jalanan di Kota Bandung:

- a. Memastikan untuk memahami konsep halal dan hukum-hukum yang terkait dengan makanan halal. Periksa apakah tempat makan yang dikunjungi memiliki sertifikasi halal yang sah dan jelas.
 - b. Jika konsumen memiliki pertanyaan tentang ketersediaan makanan halal atau faktor lain yang penting bagi konsumen, jangan ragu untuk berkomunikasi langsung dengan pengusaha makanan. Sehingga, pengusaha dapat memberikan informasi yang dibutuhkan.
 - c. Sebelum mengambil keputusan pembelian, luangkan waktu untuk membaca ulasan pelanggan *online* tentang tempat makan yang ingin dikunjungi. Sebab, ulasan pelanggan lain dapat memberikan wawasan berharga tentang kualitas produk, pelayanan, dan pengalaman keseluruhan di tempat tersebut.
 - d. Setelah mengunjungi tempat makan, luangkan waktu untuk memberikan ulasan atau testimoni sendiri secara *online*. Pengalaman konsumen dapat membantu konsumen lain dalam membuat keputusan pembelian mereka.
 - e. Meskipun temuan menunjukkan bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan, hal ini tidak berarti konsumen harus mengabaikan faktor lokasi sepenuhnya. Pertimbangkan faktor-faktor seperti keamanan, kenyamanan, dan aksesibilitas tempat makan sebelum memilih tempat untuk makan.
2. Dalam konteks pengusaha makanan di kawasan kuliner jalanan di Kota Bandung:
- a. Penting bagi pengusaha makanan untuk memperhatikan kepatuhan terhadap prinsip halal dalam produk dan layanan. Pastikan untuk mendapatkan sertifikasi halal yang sah dan jelas, serta menyediakan informasi yang transparan tentang status halal produk.
 - b. Penting bagi pengusaha untuk mengelola ulasan dengan hati-hati. Respon secara positif terhadap ulasan pelanggan, baik yang positif maupun negatif, dan gunakan umpan balik tersebut sebagai peluang untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan. Kemudian, manfaatkan *platform* media sosial

dan situs ulasan untuk mempromosikan bisnis dan berinteraksi dengan pelanggan potensial.

- c. Pertimbangkan faktor-faktor lokasi seperti aksesibilitas, keamanan, dan kenyamanan tempat makan, serta pastikan untuk memilih lokasi yang menarik dan strategis.

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Objek penelitian yang hanya terbatas pada kawasan kuliner jalanan di Kota Bandung. Sehingga, Temuan dalam penelitian ini tidak dapat secara langsung diterapkan pada kawasan kuliner jalanan di kota-kota lain atau di tempat-tempat lain di luar Kota Bandung.
2. Keterbatasan sampel, responden dalam penelitian ini terbatas pada konsumen generasi Y dan Z di Jawa Barat. Sehingga representasi sampel yang mungkin tidak mencakup seluruh keragaman populasi konsumen di kawasan kuliner *street food* di Kota Bandung. Hal ini dapat memengaruhi keumuman temuan dan generalisasi.
3. Keterbatasan variabel yang digunakan, meskipun penelitian ini mempertimbangkan beberapa faktor penting seperti literasi halal, OCR, dan lokasi, namun masih terdapat variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian makanan yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka rekomendasi yang dapat penulis berikan untuk peneliti selanjutnya, sebagai berikut:

1. Meneliti faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pada produk makanan di kawasan kuliner jalanan yang lebih luas seperti di salah satu provinsi atau secara nasional (di Indonesia), sehingga dapat memberikan temuan secara general.
2. Menggunakan sampel yang lebih luas tanpa dibatasi generasi ataupun wilayah cakupan sampel. Sehingga, dapat memberikan representasi yang lebih luas mengenai perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk makanan di kawasan kuliner jalanan di Kota Bandung.

3. Menambah variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian makanan di kawasan kuliner jalanan di Kota Bandung yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, kualitas produk, dan promosi.