

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

- a. Variabel pengetahuan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Sushi Go di Yogyakarta.
- b. Variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Sushi Go di Yogyakarta.
- c. Variabel kesadaran halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Sushi Go di Yogyakarta.
- d. Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Berdasarkan uji analisis *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0.411 atau 41,1%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebesar 41,1% perubahan variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu pengetahuan produk, religiusitas, dan kesadaran halal.

## B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk perusahaan Sushi Go lebih memberikan informasi tentang pengetahuan produk, kualitas produk, ketersediaan produk, manfaat produk dan kandungan apa saja yang ada di dalam produk. Dengan banyaknya informasi tentang produk yang ada, maka konsumen lebih yakin tentang produk yang nantinya akan mereka konsumsi.
2. Untuk lembaga Majelis Ulama Islam (MUI) sebaiknya meningkatkan sosialisasi tentang pentingnya makanan halal melalui kesadaran perusahaan untuk memiliki sertifikat halal, karena dalam penelitian ini menjelaskan bahwa semua variabel bernilai tinggi sehingga keputusan dalam pemilihan konsumen terhadap restoran tinggi. Hal ini juga membutuhkan kerja sama antara restoran dalam meningkatkan perkembangan industri kuliner halal di Indonesia.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mampu untuk mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lain, seperti *e-wom*, kualitas produk, harga, pelayanan dan penambahan jumlah responden agar lebih dapat mewakili.