

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Tujuan penelitian yang dilaksanakan oleh memiliki tujuan untuk menguji pengaruh *word of mouth*, *brand image* dan kualitas produk terhadap minat beli halal *fast food* (Studi kasus pada produk Ayam Geprek Sambel Korek di Daerah Kudus). Melalui rumusan masalah yang telah tersusun sebelumnya, serta analisis data yang dilaksanakan menghasilkan kesimpulan berikut ini:

1. Variabel *word of mouth* merupakan variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli halal *fast food*. Kandungan informasi yang diperoleh oleh konsumen akan sangat mempengaruhi, semakin banyak informasi positif yang diperoleh tentang suatu produk, akan mempengaruhi keputusan pembelian. Dan cenderung akan membeli produk tersebut.
2. Variabel *brand image* merupakan variabel yang tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap minat beli halal *fast food*. Artinya seseorang tidak mementingkan *brand image*, seseorang cenderung lebih mementingkan kualitas produk itu sendiri. Kebanyakan orang lebih memilih merek yang biasa saja tapi memiliki kualitas produk yang bagus dari pada merek terkenal akan tetapi kualitas kurang bagus.
3. Variabel *kualitas produk* merupakan variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat beli halal *fast food*. Kepuasan konsumen terhadap suatu produk diukur dengan kualitas yang dimiliki produk tersebut. Oleh karena itu, kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian.

B. Keterbatasan Penelitian

Peneliti mengakui bahwa masih banyak keterbatasan dari segala sisi yang terdapat dalam penelitian ini, keterbatasan ini berupa:

1. Wilayah yang menjadi lokasi penelitian hanya berada pada lingkup warga kota Kudus, maka generalisasi yang diberikan hanya pada lingkup wilayah penelitian.

2. Optimisasi penelitian juga belum maksimal karena responden yang diberikan hanya 100 orang.

C. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti yang memiliki ketertarikan yang sama diharapkan mampu meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli halal *fastfood* dengan memberikan variabel independen yang berbeda, dan memaksimalkan sampel sehingga taraf kesalahan yang diberikan dapat diperkecil.

2. Bagi pengusaha

Bagi para pengusaha untuk lebih memperhatikan produk yang dihasilkan agar memiliki kualitas yang baik. Karena kebanyakan orang akan lebih mementingkan kualitas suatu produk dan harus tetap menjaga kualitas agar konsumen loyal terhadap kita. Selain itu, para pengusaha juga harus memperhatikan strategi dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Karena teknologi semakin berkembang. Harus bisa memanfaatkan perkembangan tersebut.

D. Penutup

Alhamdulillah syukur tak hentinya penulis panjatkan kepada Allah SWT dengan kekuatan yang diberikanNya skripsi ini dapat terselesaikan dengan judul **“Analisis Word Of Mouth, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Halal Fast Food di Rumah Makan Ayam Geprek Sambel Korek Cabang Kudus”**. Penulis mengharapkan hasil skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis dan masyarakat umum. Kritik dan saran tetap dibutuhkan demi perbaikan dalam skripsi ini dan permohonan maaf juga penulis sampaikan atas segala kekurangan yang ada dalam penelitian ini. Semoga manfaat menyertai segala niat baik yang disampaikan.