

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan terhadap Budaya Betawi menjadi Variabel X1, Inovasi menjadi X2, *Word Of Mouth* menjadi variabel X3, Lokasi Menjadi variabel X4 dan Keputusan Pembelian menjadi Y1 *Traditional Food* Betawi Di Kota Bekasi Utara, sehingga peneliti menarik ringkasan kesimpulan sebagai berikut:

1. Budaya Betawi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Traditional Food* di Kota Bekasi Utara. Semakin kuat budaya Betawi yang dimiliki konsumen, semakin tinggi pula keputusan mereka untuk membeli makanan tradisional Betawi. Budaya Betawi yang kaya akan sejarah, tradisi, dan keunikan kulinernya menjadi daya tarik bagi konsumen. Produsen perlu melestarikan dan mempromosikan budaya Betawi untuk meningkatkan minat konsumen dalam membeli produk mereka.
2. Inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *traditional food* di Bekasi Utara. Konsumen cenderung lebih mementingkan aspek seperti kualitas dan cita rasa dibandingkan inovasi.
3. *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *traditional food* di Bekasi Utara. Konsumen lebih mempercayai informasi dan rekomendasi dari orang-orang terdekat (*Word of Mouth*) daripada iklan dalam menilai makanan tradisional Betawi.

4. Lokasi sangat berpengaruh terhadap pembelian makanan tradisional Bekasi Utara. Dalam hal keputusan berbelanja, konsumen menyukai lokasi yang nyaman, banyak tempat parkir, dan suasana yang nyaman.

5.2 Saran

Produsen makanan tradisional dapat berinovasi dengan menyediakan kuliner tradisional Betawi dalam tampilan, rasa, dan kemasan yang lebih modern dengan tetap mempertahankan ciri khas budaya Betawi. Melakukan riset pasar untuk lebih memahami preferensi konsumen dan menghasilkan ide produk yang relevan. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas *Word of Mouth* yang positif dengan memberikan layanan yang sangat baik, mengembangkan produk yang berkualitas, dan menggunakan influencer atau opinion leader untuk memasarkannya. Membuka cabang atau gerai di lokasi-lokasi utama yang mudah diakses, memiliki tempat parkir yang cukup, dan berada di lingkungan yang nyaman bagi konsumen. Secara keseluruhan, produsen traditional food di Bekasi Utara perlu memfokuskan pada faktor *Word of Mouth* dan lokasi sebagai prioritas utama, serta melakukan inovasi yang sesuai dengan preferensi konsumen modern tanpa menghilangkan ciri khas budaya Betawi.