

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, maka berikut adalah beberapa hal yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini:

1. Jika konsumen berpikir bahwa sayur organik merupakan pilihan produk yang tepat, bijak dan sangat menarik untuk dikonsumsi, maka dapat meningkatkan minat beli konsumen. Kondisi ini bermakna jika ketertarikan konsumen meningkat maka minat beli konsumen pada sayur organik akan meningkat.
2. Artikel dan iklan pada media sosial sangat berpengaruh pada minat seseorang untuk membeli sayur organik. Hal yang berpengaruh positif lainnya adalah dukungan pemerintah, dalam hal ini berupa peraturan dan izin produksi. Peraturan pemerintah sangat diperlukan untuk menjamin keamanan konsumen membeli sayur organik sedangkan izin produksi akan memberi aturan bagi para produsen menjaga mutu dan kualitas sayur organik yang beredar di pasar. Kondisi ini bermakna jika dukungan keluarga, teman, produsen dan pemerintah semakin tinggi maka minat beli konsumen sayur organik semakin tinggi juga.
3. Sayur organik dikonsumsi oleh konsumen dengan tingkat pengeluaran belanja di atas 1 juta perbulan. Konsumen yang sudah terbiasa membeli

sayur organik tidak akan pernah merasa kesulitan untuk mencari produk organik dan bagi mereka harga sudah tidak menjadi masalah.

4. Jika seseorang memiliki ketertarikan pada sayur organik, tinggal dalam keluarga yang memiliki gaya hidup sehat dan didukung dalam lingkungan pergaulan baik semua hal ini akan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli. Minat beli sayur organik juga dipengaruhi secara positif oleh iklan atau promosi di media sosial. Peraturan pemerintah sangat mendukung memberikan peran positif terhadap minat beli sayur organik.

6.2. Saran

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, maka berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Pada penelitian ini belum ada batasan usia responden. Disarankan pada penelitian berikutnya harus ada batasan usia minimal 23 tahun. Pada usia tersebut secara umum adalah usia konsumen yang sudah mampu mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.
2. Penelitian ini menjangkau penduduk yang tinggal di wilayah Indonesia. Disarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat memilih beberapa kota besar saja di Indonesia, sehingga hasilnya akan lebih mempresentasikan data statistik yang lebih objektif terhadap minat beli sayur organik di kota tersebut.
3. Terkait metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuesioner menggunakan media Google

Form, peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode campuran pengumpulan data tidak hanya menggunakan Google Form melainkan dipadukan dengan penyebaran kuesioner secara manual diharapkan dengan metode campuran ini dapat lebih menghemat waktu dalam pengumpulan data.

