

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada pembahasan maka dari hasil penelitian dapat disimpulkan:

1. Karakteristik konsumen dalam membeli produk sayuran segar di pasar modern mayoritas berusia 31-35 tahun, konsumen pasar modern mayoritas adalah wanita, etnis yang paling dominan dalam berbelanja sayuran segar di pasar modern yaitu adalah etnis tionghoa, tempat prioritas responden dalam berbelanja sayuran segar yaitu di pasar modern, konsumen berpendapat bahwa konsumsi sayuran sangat penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, konsumen mengkonsumsi sayuran segar sebagai menu pelengkap makanan, pengambil keputusan dalam berbelanja sayuran di pasar modern adalah istri, sumber informasi tempat membeli sayuran di pasar modern responden yaitu pengetahuan terdahulu, pertimbangan konsumen dalam berbelanja sayuran di pasar modern dikarenakan atribut fisik sayuran, Konsumen memutuskan pembelian sayuran secara terencana, Konsumen berbelanja sayuran segar dilakukan setiap hari, Konsumen akan tetap membeli sayuran segar walaupun terjadi kenaikan harga, responden akan tetap membeli sayuran dengan jenis lain apabila tidak tersedia jenis sayuran yang diinginkan, adapun jenis sayuran yang sering dikonsumsi konsumen adalah jenis sayuran daun.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini, faktor internal secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku konsumen dan variabel sayuran segar serta faktor internal yang dimoderasi variabel moderasi sayuran segar berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Faktor

eksternal secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel moderasi sayuran segar dan perilaku konsumen, serta faktor eksternal yang dimoderasi variabel sayuran segar dengan indikator atribut produk dan bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Variabel moderasi sayuran segar dengan indikator atribut produk dan bauran pemasaran secara langsung berpengaruh positif dan nyata (signifikan) terhadap perilaku konsumen pada pasar modern di Kota Jambi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka diperoleh saran, yaitu :

1. Bagi pemasar (produsen) disarankan agar memahami perilaku dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam hal keputusan pembelian sayuran segar di pasar modern Kota Jambi sehingga dapat bersaing dan mempertahankan usaha sayuran segar pada pasar modernnya. Sebaiknya pengusaha pasar modern mempertimbangkan faktor internal dan eksternal konsumennya karena keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam pembelian sayuran segar di pasar modern dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, pengaruh ini juga dimoderasi oleh Sayuran segar itu sendiri yaitu Atribut produk dan Bauran pemasaran.
2. Bagi Petani disarankan untuk melakukan inovasi dan perbaikan kualitas produk hasil pertanian, hal ini bertujuan untuk menarik perhatian pasar modern untuk berkerjasama dalam memasarkan produk hasil pertanian petani, dengan begitu penjualan hasil pertanianpun akan semakin meningkat dan membawa dampak positif bagi para petani.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar dapat meneliti lebih lanjut mengenai perilaku konsumen dan faktor-faktor lain di luar penelitian ini yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian sayuran segar serta atribut dari sayuran segar di pasar modern Kota Jambi baik berpengaruh secara nyata maupun tidak berpengaruh secara nyata