

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada pembahasan maka dari hasil penelitian dapat disimpulkan:

1. Karakteristik responden dalam membeli produk beras organik di pasar modern mayoritas berusia 31-35 tahun, konsumen pasar modern mayoritas adalah wanita, dengan tingkat pendidikan terbanyak yaitu S1 sebanyak 48 % dan pendapatan rata-rata konsumen diatas Rp. 5.000.000,00 sebanyak 56 %. Sebanyak 36 % responden setuju bahwa mereka mengkonsumsi beras organik karena *trend/gaya* hidup sehat yang sudah menjadi budaya atau kebiasaan. Konsumen mengkonsumsi beras organik sebagai bahan makanan pokok, pertimbangan konsumen dalam berbelanja beras organik di pasar modern berdasarkan persepsi konsumen beras organik dengan melihat atribut yang melekat pada produk tersebut dan juga bauran pemasaran serta nilai guna barang, yaitu kesehatan dan keamanan untuk dikonsumsi, khasiat/manfaat, kualitas produk, harga, kemasan (merek), promosi dan tempat.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini, faktor internal secara langsung dan tidak langsung berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumen. Faktor eksternal secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel moderasi beras organik dan perilaku konsumen, serta faktor eksternal yang dimoderasi variabel beras organik dengan indikator atribut produk, bauran pemasaran dan nilai guna barang (*utility*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Variabel moderasi beras organik dengan indikator atribut produk, bauran pemasaran dan nilai guna (*utility*) secara langsung berpengaruh positif dan nyata

(signifikan) terhadap perilaku konsumen pada pasar modern di Kota Jambi. Konsumen dalam melakukan pemilihan dan keputusan pembelian beras organik sangat dipengaruhi oleh faktor budaya, keluarga, lingkungan dan media sosial sebagai bentuk pertimbangan dalam membeli beras organik. Konsumen juga melihat atribut produk, bauran pemasaran serta nilai guna barang dari produk beras organik sebelum melakukan keputusan pembeliannya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka diperoleh saran, yaitu :

1. Bagi pemasar (perusahaan) disarankan agar memahami perilaku dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam hal keputusan pembelian beras organik di pasar modern Kota Jambi sehingga dapat bersaing dan mempertahankan usaha pasar modern. Sebaiknya pengusaha pasar modern mempertimbangkan faktor internal dan eksternal konsumennya karena keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam pembelian beras organik di pasar modern dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, pengaruh ini juga dimoderasi oleh beras organik itu sendiri yaitu atribut produk, bauran pemasaran dan nilai guna barang (utility).
2. 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 beras organik serta atribut dari beras organik, bauran pemasaran dan nilai guna barang pada pasar modern Kota Jambi baik berpengaruh secara nyata (signifikan) maupun tidak berpengaruh secara nyata (signifikan)