

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan:

1. Karakteristik konsumen sayuran organik yaitu didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan. Sebagian besar responden berusia 18 - 24 tahun dengan kategori dewasa awal. Dalam hal pekerjaan didominasi oleh responden yang berstatus sebagai PNS dan Swasta, yang memiliki pendidikan terakhir dominan Sarjana (S1). Kemudian, dalam hal pendapatan per bulan, responden paling banyak memiliki pendapatan per bulan sebesar > Rp. 3.500.000
2. Faktor terbesar yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sayuran organik di Transmart Padang adalah Harga dan Promosi, dengan nilai rata-rata TCR masing-masingnya adalah 74,67%. Kemudian ada faktor Produk dengan nilai rata-rata TCR yang tidak terlalu jauh, yaitu 74%. Faktor bauran pemasaran yang memiliki nilai terkecil dalam mempengaruhi keputusan pembelian sayuran organik di pasar modern adalah faktor Lokasi, dengan nilai TCR sebesar 72,44%.

B. Saran

1. Untuk pihak manajemen yang menyediakan sayuran organik di Transmart Padang, disarankan untuk memperluas pasar dengan cara membukanya secara online di aplikasi-aplikasi. Begitupun dengan produsen yang harus menjangkau pasar lebih luas, namun dengan cara menambahkan variasi olahan produk dan mengemasnya menjadi lebih praktis.
2. Untuk peneliti yang tertarik meneliti mengenai sayuran organik di Transmart Padang, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan mempertimbangkan variabel lain diluar variabel yang telah dijelaskan dalam penelitian ini.