

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen beras merah organik yaitu didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki. Sebagian besar responden berumur 36-50 tahun. Juga diketahui bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas sudah menikah dan jumlah anggota keluarga 4-5 orang. Disamping itu, sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir SMA dan perguruan tinggi yaitu Diploma/Sarjana. Dalam hal pekerjaan didominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan sebagai PNS dan dalam hal pendapatan per bulan, responden paling banyak memiliki pendapatan per bulan sebesar Rp 2.500.000 s/d Rp. 3.500.000. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa mayoritas responden tidak mengkonsumsi beras merah organik setiap hari. Alasan responden membeli/mengkonsumsi beras merah organik adalah karena khasiat yang diperoleh dengan mengkonsumsi beras merah organik.
2. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen beras merah organik pada RMU Penggilingan Padi Organik adalah faktor psikologi dan faktor pribadi. Sedangkan faktor kebudayaan dan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen beras merah organik pada RMU Penggilingan Padi Organik. Koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,571 yang berarti variabel faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi mampu mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 57,1 % sedangkan sisanya sebesar 42,9 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sehubungan dengan signifikannya faktor psikologi dengan indikator yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu persepsi dan keyakinan terhadap kualitas beras merah organik, maka diharapkan produsen terus memberikan informasi mengenai manfaat dari mengkonsumsi beras merah organik kepada konsumen sehingga pada akhirnya konsumen tertarik untuk membelinya, hal tersebut bisa dilakukan dengan mencantumkan informasi mengenai manfaat beras merah organik tersebut pada kemasan. Kemudian sertifikasi organik dari produk diharapkan dapat dipertahankan karena mempengaruhi keyakinan konsumen terhadap produk. Faktor kedua yang berpengaruh signifikan adalah faktor pribadi dengan indikator yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu pendapatan. Maka produsen dapat memperluas pemasaran produk ke supermarket atau mall, karena konsumen yang berpendapatan tinggi cenderung akan lebih suka berbelanja ke supermarket atau mall.
2. Bagi peneliti yang tertarik melakukan penelitian mengenai keputusan pembelian beras merah organik, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan mempertimbangkan variabel lain diluar variabel yang telah dijelaskan dalam penelitian ini.

