

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

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

1. Dalam proses pengambilan keputusan pembelian cabai merah, konsumen lebih cenderung mengkonsumsi cabai merah besar yaitu sebanyak 58,3% dari total responden mengkonsumsi cabai merah jenis ini. Dalam pencarian informasi, konsumen mendapatkan informasi mengenai cabai merah yang dikonsumsi melalui penjual, 75% responden menyatakan hal tersebut dan konsumen mempercayai informasi yang diperoleh dari penjual tersebut. Dengan informasi yang paling penting bagi konsumen adalah rasa dari cabai merah itu sendiri, 40% responden menyatakan hal tersebut dengan persentase terbesar berada pada kelas pendapatan rendah sebanyak 20% dan kelas pendapatan sedang sebanyak 11,7%. Sementara bagi kelas pendapatan tinggi konsumen menganggap bentuk fisik cabai merah sebagai informasi yang paling penting, 25% dari total responden yang berasal dari kelas pendapatan tinggi menyatakan hal tersebut.

Berdasarkan peringkat yang diperoleh pada tahap evaluasi alternatif atribut kesegaran cabai merah menempati peringkat pertama, artinya atribut kesegaran cabai merah merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian cabai merah. Dalam memutuskan pembelian terhadap cabai merah konsumen cenderung memutuskan pembelian tergantung kepada situasi (75%). Dengan intensitas pembelian yang dilakukan adalah sebanyak satu kali dalam seminggu oleh 50% responden yang menyatakan hal tersebut. Jumlah pembelian yang sering dilakukan konsumen adalah kurang dari 1 kg dalam satu kali pembelian (55%). Konsumen sering melakukan pembelian pada pasar tradisional (65%), pembelian pada lokasi ini sering dilakukan oleh kelas pendapatan tinggi sebanyak 31,7% dan kelas pendapatan sedang sebanyak 18,3% dari total responden. Sementara kelas pendapatan rendah cenderung melakukan pembelian pada kios/warung eceran yaitu sebanyak 18,3% dari total

responden. Rata-rata konsumen puas dengan cabai merah yang dikonsumsi terbukti dengan 83,3% responden menyatakan hal tersebut dan memutuskan untuk melakukan pembelian ulang untuk seterusnya.

2. Pola preferensi yang terbentuk pada penelitian ini adalah preferensi kelompok-kelompok, dimana pasar menunjukkan pengelompokan preferensi yang berbeda-beda. Berdasarkan analisis IPA atribut pada kuadran II memiliki kinerja dan kepentingan yang tinggi. Atribut yang berada pada kuadran ini adalah rasa pedas cabai merah, kesegaran cabai merah dan daya tahan cabai merah. Bagi kelas pendapatan tinggi atribut yang berada pada kuadran ini adalah rasa pedas dan kesegaran cabai merah. Hal ini sesuai dengan hasil evaluasi alternatif bahwa atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen kelas pendapatan tinggi dalam melakukan pembelian adalah rasa pedas dan kesegaran cabai merah.

Sementara itu atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang cukup tinggi namun kinerjanya belum memuaskan adalah atribut yang berada pada kuadran I. Bagi kelas pendapatan tinggi tidak ada atribut yang mengisi kuadran ini, sementara bagi kelas pendapatan sedang dan kelas pendapatan rendah atribut yang menempati kuadran ini adalah harga cabai merah. Hal ini berkaitan dengan pendapatan rumah tangga konsumen setiap bulannya yang terbilang rendah serta tidak stabilnya harga cabai merah membuat kinerja dari atribut ini menjadi rendah. Semakin tinggi kelas sosial, atribut yang termasuk dalam kuadran I semakin sedikit. Ini menandakan semakin tinggi kelas sosial, kepuasan yang diperoleh dari cabai merah yang dikonsumsi semakin tinggi.

B. SARAN

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

1. Atribut kesegaran cabai merah merupakan atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi bagi konsumen karena berada pada kuadran I. Maka bagi pedagang cabai merah agar lebih memperhatikan kesegaran cabai merah yang dijual di pasar. Konsumen dari kelas pendapatan rendah dan pendapatan

sedang sangat sensitif terhadap harga cabai dan termasuk atribut yang berada pada kuadran I dalam analisis IPA. Itu artinya konsumen menganggap harga cabai merah sebagai atribut yang penting namun kinerjanya buruk karena sering terjadinya kenaikan harga. Maka diharapkan kebijakan-kebijakan pemerintah dibidang perdagangan dapat mengatasi masalah fluktuasi harga yang terjadi sepanjang tahun ini. Sehingga harga kebutuhan pokok dapat stabil terutama cabai merah. Selain itu kecenderungan konsumen dalam mengkonsumsi cabai merah yang berasal dari daerah Jawa dengan alasan mudah didapat dan harga yang relatif lebih murah serta rasa yang tidak terlalu pedas jika dibandingkan dengan cabai merah lokal dapat menjadi pertimbangan bagi petani untuk memproduksi cabai merah jenis ini.

2. Bagi peneliti yang tertarik melakukan penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap pembelian cabai merah, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan mempertimbangkan variabel lain diluar variabel yang telah dijelaskan dalam penelitian ini.

