

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik konsumen susu UHT di kota Padang pada umumnya sebagai berikut: Jenis kelamin perempuan (78 %), usia 25 sampai 34 (39 %), pendidikan terakhir yaitu perguruan tinggi (53 %), pekerjaan sebagai wirausaha (25 %) dan pendapatan >Rp 3.500.000 (41 %).
2. Karakteristik pembelian susu UHT di kota Padang pada umumnya sebagai berikut: merek susu UHT yaitu Ultra Milk (37 %), frekuensi mengkonsumsi per Minggu 4 - 6 kali (68 %), ukuran kemasan sedang (180 - 250 mL) (54 %) dan lama mengkonsumsi > 2 tahun (44 %).
3. Keputusan pembelian konsumen susu UHT di kota Padang dipengaruhi secara signifikan oleh faktor sosial dan pribadi. Hal ini dibuktikan dari nilai  $t_{\text{statistik}}$  untuk variabel sosial sebesar 23,130 besar 1,96 dengan nilai  $p_{\text{value}}$  0,005 kecil dari 0,005 ( $\neq 0,05$ ) dan untuk variabel pribadi memiliki nilai  $t_{\text{statistik}}$  sebesar 1,979 besar dari 1,96 dengan nilai  $p_{\text{value}}$  0,048 kecil dari 0,05 ( $\neq 0,05$ ). Sedangkan faktor budaya dan psikologis tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena memiliki nilai  $t_{\text{statistik}}$  kecil dari dari  $t$  tabel 1,96 dan  $p_{\text{value}}$  besar dari 0,05 ( $= 0,05$ ).

### 5.2 Saran

1. Bagi produsen, untuk meningkatkan jumlah penjualan maka produsen perlu memperhatikan daya beli masyarakat. Selain itu produsen juga perlu memperhatikan bagaimana kondisi lingkungan masyarakat (berhubungan

dengan pendapatan, pekerjaan gaya hidup dan lingkungan sosial) akan kebutuhan dan keinginannya terhadap suatu produk.

2. Bagi pemerintah, untuk melakukan sosialisasi tentang susu yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan meningkatkan taraf gizi masyarakat yang berkualitas serta membentuk kesadaran masyarakat betapa pentingnya minum susu agar kandungan gizi di dalam tubuh tercukupi.

