

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuji secara statistik dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Jumlah rata-rata permintaan terhadap telur ayam kampung, telur itik, dan telur puyuh Konsumen di Fakultas Peternakan masing-masingnya 3,10 butir/minggu, 1,90 butir/minggu, dan 9,88 butir/minggu atau setara dengan 0,19 kg, 0,16 kg, dan 0,10 kg. Frekuensi pembelian bervariasi yang terbanyak yaitu satu kali setiap bulan (63,24%, 59,81%, dan 45,48 %) masing-masing untuk telur ayam kampung, telur itik, dan telur puyuh. Tempat memenuhi kebutuhan untuk di rumah juga bervariasi, yang terbanyak yaitu konsumen membeli di warung sembako dengan persentase 44,86% untuk telur ayam kampung, 35,20% untuk telur itik, dan 51,71% untuk telur puyuh sedangkan jika untuk memenuhi kebutuhan jika di luar rumah, konsumen lebih memilih warung kopi untuk membeli telur ayam kampung dan telur itik (26,48% dan 34,27%), dan rumah makan/ampera untuk membeli telur puyuh (33,96%). Alasan konsumen melakukan permintaan juga bervariasi dengan mayoritas memilih karena gizinya tinggi (50,78%) untuk telur ayam kampung, sedangkan untuk telur itik dan telur puyuh karena rasanya enak (41,74% dan 57,63%).
2. Jumlah permintaan telur ayam kampung di Fakultas Peternakan secara simultan dipengaruhi oleh umur, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan selera konsumen pada tingkat kesalahan yang ditolerir 0,05, sedangkan secara parsial dipengaruhi oleh faktor umur, pekerjaan, pendapatan, dan selera konsumen. Jumlah permintaan telur itik di Fakultas Peternakan secara simultan

dipengaruhi oleh umur, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan selera konsumen, sedangkan secara parsial di pengaruhi oleh faktor umur, pekerjaan, dan selera. Jumlah permintaan telur puyuh di Fakultas Peternakan secara simultan dipengaruhi oleh umur, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan selera konsumen, sedangkan secara parsial dipengaruhi oleh faktor pendapatan dan selera konsumen.

5.2 Saran

1. Pada penelitian ini dapat dilihat bagaimana permintaan dari konsumen di Fakultas Peternakan, untuk itu disarankan kepada konsumen di Fakultas Peternakan dapat menjadi perpanjangan lidah kepada masyarakat luas untuk dapat mengenalkan lagi fungsi dan pentingnya mengkonsumsi produk peternakan berupa telur ayam kampung, telur itik, dan telur puyuh ini, sehingga jumlah permintaannya tetap stabil di pasaran.
2. Pada penelitian ini variabel penelitian hanya dibatasi dengan faktor sosial ekonomi konsumen yang dapat mempengaruhi jumlah permintaan telur ayam kampung, telur itik, dan telur puyuh dan sampel penelitian hanya berfokus di Fakultas Peternakan Universitas Andalas saja. Untuk itu diharapkan pada penelitian lanjutan agar dapat memperluas variabel yang digunakan seperti menambahkan faktor harga barang dan harga barang substitusi dalam mengetahui faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan telur ayam kampung, telur itik, dan telur puyuh serta memperluas sampel penelitian.