

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Sayur Bayam Pada Pasar Tradisional Di Kota Padang dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik konsumen yang membeli sayur bayam di Pasar Raya Kota Padang mayoritas berusia antara rentang usia 26-35 tahun dan 46-55 tahun dengan persentase 27% masing-masingnya. Selain itu mayoritas konsumen sayur bayam adalah perempuan dengan persentase sebesar 90%. Untuk pendidikan terakhir sebagian besar adalah tamatan Sarjana dengan persentase 47%. Pekerjaan konsumen terbanyak yaitu ibu rumah tangga dengan persentase sebesar 39% dan pendapatan per bulan mayoritas dengan penghasilan < Rp1.500.000 dengan persentase 49%.
2. Faktor-faktor yang sangat dipertimbangkan dalam pembelian sayur bayam di Pasar Raya Kota Padang yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor tersebut memiliki total rata-rata sebesar 4,32 dan 4,3 dan lebih besar dibandingkan skala rata-rata 4,2. Pada faktor internal tersebut yang memiliki rata-rata tertinggi yaitu variabel motivasi sebesar 4,57 sehingga hal tersebut menjadi salah satu variabel yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian sayur bayam. Selain itu, pada faktor eksternal yang memiliki rata-rata tertinggi adalah variabel produk sebesar 4,44 dan menjadi salah satu variabel yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian sayur bayam di Pasar Raya Kota Padang. Sedangkan untuk faktor situasional menjadi faktor yang kurang dipertimbangkan karena memiliki total rata-rata sebesar 2,6. Faktor situasional menjadi faktor yang kurang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian sayur bayam karena memiliki rata-rata antara $2,6 \leq 3,4$ dengan kategori kurang dipertimbangkan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Pasar Tradisional yaitu di Pasar Raya, penulis menyarankan beberapa saran kepada beberapa pihak diantaranya

1. Bagi pedagang bayam bisa dijadikan sebagai suatu strategi agar dapat menarik perhatian konsumen bayam yaitu dengan memperbaiki dan mempertahankan kualitas pelayanan terhadap konsumen.
2. Perlu adanya penelitian lanjutan mengenai faktor-faktor terbaru lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian sayur bayam di Pasar Raya Kota Padangagar menemukan faktor-faktor terbaru yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sayur bayam di pasar ini dalam waktu dan situasi tertentu.
3. Perlu adanya meningkatkan kampanye mengenai hidup sehat dan sebagainya.
4. Perlu adanya penelitian karakteristik konsumen pada pasar modern.

