

BAB V

PENUTUP

Bagian ini mencakup simpulan yang diambil dari hasil setiap bagian yang telah dibahas sebelumnya. Bab ini berisi kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui model keterkaitan antara *health consciousness*, *product knowledge* dan *attitude* terhadap *purchase intention* pada produk sayur sehat di Provinsi Sumatera Barat

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki 4 variabel, di antaranya variabel *health consciousness* dan *product knowledge* sebagai variabel independen, *attitude* sebagai variabel *intervening*, dan variabel *purchase intention* sebagai variabel dependen. Penelitian dilakukan secara *offline* menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner yang diisi langsung oleh responden dengan objek penelitian yaitu produk sayur sehat di Sumatera Barat serta responden harus memenuhi karakteristik yaitu masyarakat yang berdomisili di Provinsi Sumatera Barat, berusia 17 tahun keatas, serta mengetahui produk sayur sehat. Setelah dilakukan pengumpulan kuesioner, diperoleh 210 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Pada pengisian kuesioner penyebarannya sudah cukup merata dan sudah tersebar di berbagai kota dan kabupaten yang ada di Sumatera barat seperti di Kota Padang sebanyak 38,09% responden yang mengisi serta di Kabupaten Agam sebanyak 19,04%. Serta pada karakteristik umur yang paling

dominan mengisi pada rentang umur 26-35 tahun dimana hal ini dapat menyatakan bahwa pada umur ini kebanyakan responden sudah mengetahui tentang produk sayur sehat. Dan rata-rata responden yang mengisi wanita dengan persentase 70,95% serta responden yang mengisi rata-rata diisi oleh tamatan S1 dan didukung oleh pekerjaan terbanyak yang mengisi kuesioner dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta. Serta pendapatan yang tertinggi di angka 1.000.000 – 3.000.000 sebanyak 68 orang dengan rata rata 32,38%. Setelah itu data yang diperoleh kemudian di tabulasi menggunakan software Microsoft Excel dan diolah dengan aplikasi SmartPLS 4.0.

Penelitian ini telah mengungkapkan hubungan yang signifikan antara *health consciousness*, *product knowledge*, dan *attitude* terhadap purchase intention produk sayur sehat di Sumatera Barat. Hasil analisis menunjukkan bahwa individu dengan kesadaran kesehatan yang tinggi cenderung memiliki pengetahuan yang lebih baik mengenai produk sayur sehat, yang pada gilirannya mempengaruhi sikap positif mereka terhadap produk tersebut. Sikap yang positif ini berperan penting dalam meningkatkan niat beli, sehingga menciptakan peluang bagi produsen sayur sehat untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Temuan ini menegaskan pentingnya edukasi dan kampanye kesehatan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan manfaat sayur sehat. Dengan mengedukasi konsumen tentang nilai gizi dan dampak positif sayur terhadap kesehatan, produsen dapat mendorong perilaku membeli yang lebih proaktif. Oleh karena itu, sinergi antara produsen, pemerintah, dan masyarakat sangat diperlukan

untuk menciptakan lingkungan yang mendukung konsumsi sayur sehat di Sumatera Barat.

Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Health consciuosness* memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *attitude* konsumen pada produk sayur sehat. Hal ini menunjukkan bahwa diantara 2 variabel terdapat hubungan yang berbanding lurus yaitu semakin tingginya kesadaran konsumen atas kesehatan tubuhnya dalam mengkonsumsi sayur sehat hal ini akan dapat mempengaruhi tingginya sikap konsumen serta membuat konsumen juga memiliki minat beli yang tinggi untuk membeli produk sayur sehat.
2. *Product knowledge* memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *attitude*. Hal ini menunjukkan bahwa diantara kedua variabel terdapat hubungan yang berbanding lurus yaitu jika konsumen memiliki pengetahuan produk yang bagus dan baik terhadap produk sayur sehat hal ini akan mempengaruhi sikap konsumen dalam melakukan pembelian pada produk sayur sehat.
3. *Product knowledge* memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Hal ini dapat dibuktikan dengan kedua variabel memiliki hubungan yang berbanding lurus yaitu apabila konsumen memiliki pengetahuan produk sayur sehat yang baik hal ini akan mendorong konsumen untuk membeli produk sayur sehat karena konsumen telah memahami manfaat serta keuntungan yang akan

dirasakan.

4. *Attitude* memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Hal ini dibuktikan dengan adanya hubungan yang berbanding lurus antara kedua variabel tersebut. Hal ini dapat dibuktikan bahwa sikap konsumen terhadap produk sayur sehat mampu memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap tinggi rendahnya niat konsumen untuk membeli produk sayur sehat di Sumatera Barat.

5.2 Implikasi Penelitian

Mengacu kepada kesimpulan di atas, maka implikasi dari penelitian ini baik itu secara teoritis maupun praktis adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori perilaku konsumen dengan menekankan pentingnya *health consciousness*, *product knowledge*, dan *attitude* dalam mempengaruhi *purchase intention*. Dan juga dapat memperkaya literatur akademik dibidang pemasaran.
2. Bagi pelaku usaha, hasil penelitian ini dapat diimplikasikan sebagai acuan penerapan manajemen pemasaran untuk keberlanjutan usaha dari segi ekonomi sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan dan tuntutan pasar global serta pelaku usaha dapat melakukan kampanye promosi yang menyoroti aspek kesehatan dan manfaat nutrisi dari sayur sehat dapat meningkatkan daya tarik produk dan membantu membangun loyalitas konsumen. Serta

pelaku usaha juga dapat melakukan pengembangan produk sayur sehat yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen di Sumatera Barat.

3. Bagi konsumen, hasil penelitian ini dapat berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya memilih produk sehat seperti sayur sehat serta bagaimana pengetahuan produk dan sikap dapat mempengaruhi niat pembelian mereka. Apabila konsumen memiliki pengetahuan yang baik tentang kesehatan maka mereka akan lebih berminat untuk membeli produk yang menyehatkan dan bermanfaat.
4. Bagi pemerintah, hasil penelitian diharapkan dapat membantu pelaku usaha sayur sehat dalam mengelola bisnisnya dan pemerintah juga bisa memberikan dampingan terhadap usaha produk sayur sehat agar lebih dikenal oleh masyarakat dan memberikan bantuan agar pelaku usaha sayur sehat dapat lebih maju.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian terkait pengaruh *health consciousness*, *product knowledge* dan *attitude terhadap purchase intention produk sayur sehat di Sumatera Barat ini*, meskipun, telah memberikan gambaran dan hasil yang jelas, tetapi masih memiliki sejumlah keterbatasan. Oleh karena itu, keterbatasan ini dapat menjadi acuan perbaikan bagi peneliti selanjutnya untuk memaksimalkan penelitian. Adapun keterbatasan tersebut, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini hanya terdapat beberapa variabel yang diteliti seperti *health consciousness*, *product knowledge* dan *attitude* serta *purchase intention*.

2. Pada penelitian ini cakupan objek penelitiannya hanya di Sumatera Barat.
3. Sampel pada penelitian ini terbatas hanya pada 210 sampel.

5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, peneliti menyarankan beberapa hal untuk penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Penelitian ke depan sebaiknya menambahkan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi variabel di antara seperti *trust*, *environmental concern*, dan *perceived price*.
2. Penelitian selanjutnya bisa meningkatkan cakupan objek penelitian lebih luas dari Provinsi Sumatera Barat seperti Pulau Sumatera dsb.
3. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel moderasi atau mediasi dalam penelitian

