

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh dari penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Karakteristik konsumen dalam pembelian telur kemasan di Payakumbuh yaitu kunjungan terbanyak konsumen dengan umur berkisar 16-30 tahun dengan persentase 60%. Hasil persentase dari data jenis kelamin konsumen dalam pembelian telur kemasan di Payakumbuh yaitu sebesar 68% untuk responden perempuan. Pendidikan terbanyak dari responden yaitu pada tingkat SMA dengan persentase 56%. Sedangkan pendapatan responden terbanyak yaitu $\leq 1.000.000$ dengan persentase 37%.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian telur kemasan di Payakumbuh yaitu faktor budaya, faktor sosial dan faktor psikologis. Sedangkan faktor pribadi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian telur kemasan di Payakumbuh

5.2. Saran

1. Bagi Pemilik usaha

Disarankan untuk mengoptimalkan promosi dengan masuk ke pasar tradisional dan menggandeng influencer local untuk memperkuat rekomendasi sosial terhadap telur ayam dalam kemasan. Selain itu, pemilik usaha juga dapat melakukan dengan meningkatkan edukasi tentang keunggulan produk telur dalam kemasan.

2. Penelitian selanjutnya

Harapan penulis untuk peneliti selanjutnya adalah agar dapat menjadi referensi tambahan. Penulis berharap penelitian selanjutnya dapat mengembangkan lebih dalam lagi terhadap faktor - faktor yang mempengaruhi dalam Keputusan pembelian telur dalam kemasan di kota Payakumbuh dengan metode analisis lain agar memperoleh hasil yang lebih baik lagi.

