

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen yang mengonsumsi dadih adalah 52,50% berjenis kelamin laki-laki, 71% berusia 26-45 tahun dan 56,67% menamatkan pendidikan S1/S2/S3. Dari segi pekerjaan 22% memiliki pekerjaan sebagai Pegawai swasta dan berpendapatan Rp. >3.500.000 perbulan sebanyak 50,83%. Karakteristik pembelian dadih diperoleh 62,50% frekuensi pembelian dadih sebanyak lebih dari 3 kali/bulan dan 72,50% jumlah pembelian dadih sebanyak 1 tabung.
2. Perilaku konsumen terdiri dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi, secara umum memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji signifikansi, diketahui bahwa faktor psikologi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dadih dan amping dadih di usaha amping dadih khas balingka.

5.2 Saran

1. Tingginya minat dan keinginan konsumen untuk membeli dadih menunjukkan bahwa produk ini memiliki daya tarik tersendiri. Untuk itu, usaha Amping Dadih Khas Balingka perlu menjaga dan meningkatkan kualitas produk secara konsisten, serta mempromosikan keunikan dan kelebihan produk dadih dan olahan dadih yang menjadi ciri khas daerah Sumatera Barat.

2. Preferensi ini dapat menjadi masukan untuk manajemen pengembangan selanjutnya karena konsep komposisi dadih tersebut disukai oleh konsumen dadih dan memiliki peluang menjadi point pembeda dengan produk makanan khas daerah lain yang dapat meningkatkan daya saing sebagai pemain utama di pasar tradisional daerah

