

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Konsumen menilai kesegaran daging (136,50), variasi daging (132,50), kualitas daging (137,50), cita rasa daging (137,50) dan kebersihan daging (136,50) berada pada kategori tinggi (rata-rata 136,10). Artinya, daging sapi di Suzuya dianggap segar, bersih, dan berkualitas baik, sehingga menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian.
2. Harga: Aspek keterjangkauan (140,00), kesesuaian dengan kualitas (141,50), relatif stabil (138,00), potongan harga (142,50) dan harga bersaing (139,50) juga tinggi (rata-rata 140,30). Harga daging dinilai sebanding dengan kualitas yang diperoleh dan cukup kompetitif di pasar modern.
3. Lokasi: mudah ditemukan (141,50), sangat strategis (142,50), kemudahan akses (139,00), pelayanan baik (138,50) dan kenyamanan berbelanja (146,50) menunjukkan skor tinggi (rata-rata 141,60). Hal ini menandakan Suzuya mudah dijangkau dan nyaman untuk berbelanja, sehingga meningkatkan minat konsumen.
4. Promosi: potongan harga langsung (115,50), promo bundling (108,50), penjelasan langsung (126,50), produk digital (123,50) dan papan promo (146,00) dengan (rata-rata 124,00). Program potongan harga, iklan media sosial, dan testimoni pelanggan dinilai efektif dalam menarik perhatian konsumen.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka didapatkan saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak Suzuya, disarankan untuk tetap menjaga kualitas dan kebersihan produk, mempertahankan harga yang kompetitif, serta memperkuat promosi digital agar jangkauan pasar semakin luas.
2. Bagi konsumen, diharapkan dapat mempertahankan perilaku pembelian rasional dengan memperhatikan mutu dan keamanan produk.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan menambah variabel seperti pelayanan atau loyalitas konsumen untuk memperluas analisis preferensi di sektor pangan hewani modern.

