

## **V. PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai karakteristik konsumen, pola pembelian, serta preferensi terhadap madu Galo-galo dan madu Hutan di Kota Solok, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Konsumen madu di Kota Solok memiliki karakteristik yang beragam berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan tingkat pendapatan. Sebagian besar konsumen berada pada kelompok usia produktif, yang menunjukkan bahwa madu dikonsumsi oleh masyarakat yang memiliki kesadaran terhadap kesehatan dan kualitas produk. Karakteristik pembelian madu menunjukkan bahwa tujuan utama pembelian adalah untuk menjaga kesehatan, dengan frekuensi dan jumlah pembelian yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan konsumen. Madu Hutan lebih sering dibeli karena harganya relatif lebih terjangkau dan mudah diperoleh, sedangkan madu Galo-galo lebih banyak dipilih oleh konsumen yang mengutamakan manfaat kesehatan meskipun harganya lebih tinggi.
2. Preferensi konsumen, pada madu Hutan lebih disukai pada atribut harga dan promosi karena harganya lebih terjangkau dan promosi yang lebih luas melalui jalur tradisional. Sementara itu, pada madu Galo-galo lebih unggul pada atribut kemasan, rasa, dan merek karena tampil lebih modern, memiliki cita rasa khas, serta identitas produk yang lebih jelas. Dengan demikian madu Hutan tetap menjadi pilihan utama masyarakat umum, sedangkan madu Galo-galo berpotensi diposisikan sebagai produk premium untuk segmen konsumen tertentu.

### **5.2 Saran**

1. Saran peneliti terhadap produsen madu Galo-galo meningkatkan promosi

berbasis digital sekaligus menyediakan varian kemasan kecil yang lebih terjangkau untuk memperluas jangkauan konsumen, serta memperkuat edukasi mengenai manfaat kesehatan madu Galo-galo agar harga premium dapat diterima. Produsen madu Hutan sebaiknya memperbaiki kemasan dan membangun identitas merek yang lebih konsisten, sehingga produk tidak hanya dikenal secara generik tetapi juga lebih mudah bersaing di pasar modern.

2. Bagi pemerintah daerah, perlu adanya dukungan dalam bentuk pelatihan, pendampingan, serta standarisasi mutu dan kemasan madu lokal agar lebih kompetitif. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan wilayah yang lebih luas dan jumlah responden yang lebih banyak agar hasil penelitian lebih representatif, serta menggali faktor psikologis dan budaya yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

