

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Hasil Penelitian yang telah dilakukan dengan judul penelitian “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Sayur Organik di Pasar Modern Kota Surabaya”, dapat disimpulkan bahwa hasil yang diperoleh dari analisis pada penelitian ini yaitu:

1. Karakteristik konsumen sayur organik di pasar modern Kota Surabaya didominasi oleh perempuan, dengan rata rata usia 39-49 tahun, memiliki status sudah menikah, pekerjaan sebagai ibu rumah tangga, pendidikan terakhir S1, dan dengan rata-rata pendapatan Rp 4.000.000 – Rp 6.000.000/bulan.
2. Sayur yang paling banyak dibeli oleh konsumen sayur organik di pasar modern Kota Surabaya adalah sawi, diikuti setelahnya selada, kangkung, dan bayam. Sedangkan banyaknya sayur yang dibeli dalam satu kali transaksi >500g.
3. Hasil penelitian yang didapat dari penelitian ini yaitu:
  - a. Variabel faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Penilaian persepsi paling baik yang diberikan oleh responden yaitu pada indikator tata nilai.
  - b. Variabel faktor sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Penilaian persepsi paling baik yang diberikan oleh responden yaitu pada indikator kelomok acuan

- c. Variabel faktor pribadi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Penilaian persepsi paling baik yang diberikan oleh responden yaitu pada indikator usia.
- d. Variabel faktor psikologis memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Penilaian persepsi paling baik yang diberikan oleh responden yaitu pada indikator sikap.

## **5.2 Saran**

Adapun saran yang diberikan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

### **a. Bagi Pemilik Pasar Modern**

Di era ini meningkatnya kesadaran diri masyarakat akan makanan sehat salah satunya melalui sayur organik. Faktor psikologis yang meliputi motivasi, perspektif, pengetahuan, dan sikap menjadi variabel yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut, diharapkan kepada pemilik pasar modern untuk lebih mengetahui tentang keadaan psikologis konsumen khususnya tentang sayuran itu sendiri dan diharapkan untuk tetap menjaga atau meningkatkan kualitas produk sayuran, kualitas pelayanan dan kenyamanan suasana pasar modern, sehingga sebagai pemilik pasar modern dapat meningkatkan penjualan sayuran di pasar modern.

### **b. Peneliti Selanjutnya**

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti lebih banyak variabel lagi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga dapat mengetahui lebih dalam mengenai keputusan pembelian.