

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, pengujian hipotesis, dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen ayam broiler di Super Indo Kota Bekasi didominasi oleh konsumen dengan jenis kelamin perempuan yang berusia dewasa hingga pra pensiun dengan Pendidikan terakhir yang ditempuh adalah sarjana. Mayoritas konsumen bekerja sebagai ibu rumah tangga dengan penghasilan keluarga masuk kedalam kategori menengah keatas.
2. Faktor pribadi meliputi umur, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Indikator yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah gaya hidup. Faktor psikologi meliputi perspektif, pengalaman dan sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian,. Indikator yang paling tinggi berkontribusi dalam faktor psikologi adalah pengalaman, sedangkan faktor budaya dan sosial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Motivasi terbesar konsumen dalam membeli ayam broiler di Super Indo adalah karena kenyamanan. Namun disamping itu responden juga mempertimbangkan pemenuhan kebutuhan dalam berbelanja, Sebagian besar konsumen membeli ayam broiler dua minggu sekali dengan jumlah pembelian 500 gr hingga 1 kg.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, saran yang peneliti dapat berikan yaitu :

1. Perusahaan dapat menawarkan penawaran khusus dan diskon untuk pelanggan mereka yang merupakan sarjana dengan penghasilan menengah ke atas. Hal ini dapat menciptakan dorongan tambahan bagi mereka untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh Super Indo.
2. Perusahaan diharapkan untuk lebih memperhatikan aspek pribadi dan psikologi konsumen dengan cara melakukan riset pasar secara teratur untuk memahami perubahan tren dan menyesuaikan pergeseran dalam gaya hidup konsumen. Perusahaan diharapkan terus memberikan pelayanan yang baik serta menjaga dan meningkatkan kualitas produk ayam broiler, sehingga dapat menciptakan pengalaman yang memuaskan dan perpektif yang baik bagi konsumen ayam broiler di Super Indo.
3. Super Indo harus selalu menyediakan ayam broiler sesuai dengan permintaan konsumen setiap harinya melihat hasil dari penelitian menunjukkan mayoritas konsumen membeli dalam jangka waktu dua minggu hingga satu bulan sekali dengan jumlah pembelian berkisar 500 gr hingga 1 kg.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya, karena adanya keterbatasan dalam penelitian, peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lanjutan dengan variabel yang tidak dibahas dalam penelitian ini.