

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis perilaku konsumen yaitu pengolahan informasi dan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap sayuran organik di Sidoarjo, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengolahan informasi ada 5 tahapan yang dilalui konsumen terhadap pembelian sayuran organik. Tahapan tersebut yaitu pemaparan, perhatian, pemahaman, penerimaan, dan resisten. Namun, ditemukan 20% konsumen yang hanya melalui tahap pemaparan, perhatian, penerimaan, dan resisten. Sisanya, 80% konsumen yang melalui tahap pemaparan, perhatian, pemahaman, penerimaan, dan resisten. Hal ini dikarenakan 80% konsumen tertarik dengan manfaat dan kandungan yang ada pada sayuran organik. Oleh karena itu, konsumen yang semula mengonsumsi sayuran konvensional beralih mengonsumsi sayuran organik.
2. Berdasarkan persepsi konsumen ada 2 faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap sayuran organik. Faktor tersebut yaitu faktor stimulus sebesar (79%) dan faktor individu sebesar (21%). Berdasarkan hasil penelitian, faktor stimulus berpengaruh terhadap harga, kualitas, kemasan, warna sayuran, dan lain-lain. Sementara, faktor individu berpengaruh terhadap motivasi dalam membeli sayuran organik, pengetahuan tentang kandungan yang ada pada sayuran organik dan lain-lain. Oleh karena itu, kedua faktor tersebut sangat mempengaruhi dalam keputusan pembelian sayuran organik.

5.2 Saran

Beberapa saran penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saran untuk Giant Giant Waru

Pihak manajemen Giant Waru sebaiknya lebih konsentrasi memperbaiki atribut sayuran organik keragaman jenis dan ketersediaan sayuran organik. Meskipun konsumen sayuran organik masih relatif sedikit yang menyebabkan penjualan sayuran organik masih rendah, perusahaan diharapkan dapat menyediakan video tron pada sudut-sudut bangunan agar dapat diketahui konsumen dan tertarik untuk membeli sayur organik.

2. Saran untuk peneliti selanjutnya

Penelitian ini dilakukan pada periode dimana perusahaan belum pernah melakukan promosi melalui video tron terhadap sayuran organik. Saran untuk peneliti yang tertarik dengan produk sayuran organik di Giant Waru, dapat meneliti kembali dengan menekankan kepada aspek iklan dan promosi dengan menggukan video tron apabila promosi telah dijalankan oleh perusahaan. Hasil penelitian perilaku konsumen akan berbeda karena sebelumnya belum dilaksanakan promosi sayuran organik.