

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Hasil Penelitian yang telah dilakukan dengan judul penelitian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Di Pasar Modern Kabupaten Gresik, dapat disimpulkan bahwa hasil yang diperoleh dari analisis pada penelitian ini yaitu:

- a. Faktor pribadi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Penilaian persepsi paling baik yang diberikan oleh responden yaitu pada indikator pendidikan.
- b. Faktor lingkungan sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Penilaian persepsi paling baik yang diberikan oleh responden yaitu pada indikator keluarga.
- c. Faktor psikologis memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Penilaian persepsi paling baik yang diberikan oleh responden yaitu pada indikator sikap.
- d. Faktor budaya memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Penilaian persepsi paling baik yang diberikan oleh responden yaitu pada indikator budaya populer.
- e. Faktor pribadi, faktor lingkungan sosial, faktor psikologis dan faktor budaya secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penilaian persepsi paling baik yang diberikan oleh responden yaitu pada faktor lingkungan sosial.

## 5.2 Saran

Adapun saran yang diberikan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

### a. Bagi Pemilik Pasar Modern

Sayuran yang merupakan bahan pelengkap dalam kebutuhan pangan manusia, dimana hal tersebut tidak menjadikan faktor pribadi menjadi sebuah patokan untuk mengkonsumsi sayuran. Faktor lingkungan sosial yang meliputi keluarga, kelompok acuan dan peran dan status menjadi variabel yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut, diharapkan kepada pemilik pasar modern untuk lebih mengetahui tentang keadaan lingkungan sosial 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 menentukan target pasar terutama penempatan lokasi pasar modern untuk meningkatkan penjualan sayuran di pasar modern.

### b. Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk meneliti lebih banyak variabel lagi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga dapat mengetahui lebih dalam mengenai perilaku konsumen, atau mencoba mengurangi variabel atau melakukan penelitian tiap variabel agar didapatkan hasil penelitian yang beragam.