

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat disimpulkan yaitu :

1. Karakteristik konsumen yang berkaitan dengan bersedia/tidaknya responden membayar produk sayuran melalui online market Sayurbox maka diperoleh hasil bahwa jenis kelamin perempuan, dengan rentang usia 21-30 tahun, pendidikan terakhir adalah sarjana, bekerja sebagai pegawai swasta serta berpenghasilan sebesar >Rp. 2.500.000 – 5.000.000, dan pengaruh media informasi keputusan belanja di Sayurbox terbanyak yaitu melalui media sosial (Instagram,facebook,twitter)
2. Nilai rata-rata maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen untuk pembelian produk sayuran pada Sayurbox yaitu untuk sayur kangkung sebesar Rp. 10.490/250 gram mengalami peningkatan 29.5% dari harga pasar, bayam sebesar Rp. 11.480/250 gram mengalami peningkatan 26.1% dari harga pasar, sawi hijau yaitu sebesar Rp. 11.380/250 gram mengalami peningkatan 26.4% dari harga pasar, dan kacang panjang sebesar Rp. 10.740/250 gram mengalami peningkatan sebesar 26.3% dari harga pasar.
3. Faktor yang berpeluang mempengaruhi kesediaan membayar (*Willingness to pay*) konsumen terhadap produk sayuran pada Sayurbox dengan tingkat kepercayaan 95%, yaitu variabel jenis kelamin, usia, pendapatan, kualitas layanan, media informasi, dan motivasi pembelian.

### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh melalui penelitian terhadap kesediaan membayar produk sayuran melalui pembelian di online market Sayurbox, beberapa saran yang dapat disampaikan adalah :

1. Besarnya nilai rata-rata WTP responden dapat dijadikan acuan dalam penetapan harga sayuran, namun pihak Sayurbox juga sebaiknya mempertimbangkan masyarakat kalangan menengah ke bawah. Sayurbox sebaiknya menetapkan pangsa pasar yang lebih luas sehingga manfaat atau keuntungan yang diperoleh dan sebuah *branding online market* tidak hanya dirasakan oleh kalangan tertentu saja, mengingat toko sayuran online ini dimaksudkan untuk menjawab kebutuhan pasar dan akan dijadikan alternatif penyedia sumber pangan selain dari pasar offline / konvensional bagi seluruh masyarakat. Langkah ini dapat dicapai salah satunya dengan meningkatkan jumlah produksi sehingga efisiensi dapat tercapai dan didapatkan harga sayuran yang lebih murah.
2. Kepada konsumen, diharapkan agar mempertimbangkan juga atas kualitas dari produk pangan di *online market* meskipun harganya lebih tinggi dibandingkan dengan *konvensional market*, karena produk pangan khususnya sayuran bermanfaat untuk membentuk kualitas SDM yang sehat di masa depan dan juga agar tetap terpenuhinya kebutuhan gizi.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan penelitian lanjutan agar dapat mengembangkan dan melanjutkan penelitian ini menjadi lebih spesifik dan mendetail yakni mengenai analisis kepuasan dan loyalitas terhadap produk pertanian yang dijual di *online market*.