

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap *Willingness to Pay* Konsumen Sayuran Organik di Super Indo Surabaya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik Konsumen Sayuran Organik yang berkaitan dengan WTP, diperoleh hasil bahwa responden yang memiliki usia tua, berpendidikan sarjana, mempunyai anggota keluarga lebih dari lima, berpendapatan sebesar 3.000.000-6.000.000, mempunyai tingkat kepedulian dan keyakinan tinggi memiliki nilai kesediaan membayar (*Willingness to pay*) yang termasuk rendah yaitu pada rentang Rp. 10.990-12.990 per 150 gram sayuran organik.
2. Nilai rata-rata *Willingness to Pay* konsumen untuk produk kangkung organik sebesar Rp. 12.477,18/150 gram mengalami peningkatan sebesar 24,8% dari harga pasar, bayam sebesar Rp. 12.502,82/150 gram mengalami peningkatan sebesar 25,1% dari harga pasar, dan pakchoy sebesar Rp.12.554,1/150 gram mengalami peningkatan sebesar 25,6% dari harga pasar.
3. Variabel yang berpotensi mempengaruhi *Willingness to Pay* konsumen terhadap sayuran organik secara positif pada tingkat kepercayaan 95%, yaitu variabel usia dan pendapatan. Sedangkan, variabel tingkat pendidikan memiliki peluang untuk berpengaruh secara signifikan terhadap *willingness to pay* konsumen pada tingkat kepercayaan 90%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diajukan kepada pihak Super Indo adalah sebagai berikut.

1. Perusahaan dapat meningkatkan harga sayuran organik berdasarkan persentase penambahan harga dari hasil penelitian agar mendapatkan

keuntungan yang lebih besar, namun tetap memerhatikan kualitas produk sayuran yang disediakan untuk konsumen dan sebaiknya mengetahui karakteristik konsumen-konsumen yang berbelanja.