

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan sebagaimana telah disajikan pada bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, kesediaan membayar konsumen beras organik dipengaruhi oleh segmentasi pasar konsumen beras organik di Transmart Gresik. Segmentasi pasar konsumen beras organik di Transmart Gresik terbagi menjadi 4 kelompok, yaitu segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis dan segmentasi perilaku. Dimana segmentasi pasar beras organik di Transmart Gresik dikelompokkan untuk mengetahui kelompok responden sehingga dapat ditentukan nilai kesediaan konsumen untuk membayar lebih terhadap beras organik.
2. Konsumen beras organik bersedia membayar lebih terhadap semua jenis merek beras organik yang dijual di Transmart Gresik. Total rata-rata untuk jenis merek Hotel Beras Kepala Super sebesar Rp 33.214,286, Pure Green Pandan Wangi sebesar Rp 41.444,445, Hotel Beras Merah Premium sebesar Rp 36.181,817, dan Tropicana Slim Panino sebesar Rp 39.096,001.
3. Faktor-faktor yang memengaruhi *Willingness to Pay* beras organik adalah variabel kualitas produk, harga produk dan keamanan produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kesediaan membayar beras organik di Transmart Gresik. Sementara itu seluruh variabel berpengaruh secara simultan terhadap kesediaan membayar beras organik di Transmart Gresik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang dijelaskan dalam penelitian ini, saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

Apabila Transmart Gresik ingin memperoleh keuntungan yang lebih tinggi sebaiknya Transmart Gresik menyesuaikan pembentukan harga baru yang bersedia dibayarkan lebih oleh konsumen terhadap beras organik. Sehingga keuntungan tersebut dapat digunakan sebagai pengembangan usaha oleh perusahaan agar tetap mempertahankan keunggulan bisnisnya.