

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan dapat diambil kesimpulan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Penjualan telur ayam ras dan telur ayam buras di Pasar Benowo mengalami penurunan dari sebelum terjadinya pandemi covid-19 dengan saat terjadinya pandemi covid-19. Penjualan telur ayam ras di Pasar Benowo mengalami penurunan selama masa pandemi covid-19 yaitu sebesar Rp. 35.890.000, penjualan telur ayam buras di Pasar Benowo mengalami penurunan sebesar Rp 2.725.000. Penurunan penjualan telur ayam ras maupun buras diakibatkan karena pemerintah membatasi aktivitas masyarakat akibat pandemi Covid-19 banyak restoran, hotel, dan lainnya tutup sehingga persediaan telur ayam di pasar sedikit hal itu menyebabkan kenaikan harga pada telur ayam ras dan buras.
2. Beberapa faktor penyebab fluktuasi harga telur ayam ras dan buras dipasar benowo terdiri dari adanya faktor persediaan, faktor permintaan, faktor kondisi pasar persaingan, faktor kebijakan pemerintah, dan faktor kondisi alam. Tercatat untuk telur ayam ras, faktor persediaan mendapat nilai sebesar 70,85% (sangat setuju), faktor permintaan dengan nilai 77,05% (sangat setuju), faktor kondisi pasar persaingan sebesar 58,3 % (setuju) menunjukkan sebagai penyebab terjadinya fluktuasi harga telur ayam ras, sedangkan faktor kebijakan pemerintah sebesar 41,7 % (kurang setuju), faktor kondisi alam sebesar 33,3% (kurang setuju). Tercatat untuk telur ayam buras, faktor persediaan mendapat nilai sebesar 62,45 % (setuju), faktor permintaan dengan nilai 58,35 % (setuju), faktor kondisi pasar persaingan sebesar 66,6 % (setuju), faktor kondisi alam sebesar 79,15% (sangat setuju) menunjukkan sebagai

penyebab terjadinya fluktuasi harga telur ayam buras, sedangkan faktor kebijakan pemerintah sebesar 41,7 % (kurang setuju) menjadi faktor penyebab fluktuasi harga. Selain itu sumber pasokan dan pendistribusian menjadi faktor internal dalam mempengaruhi fluktuasi harga telur ayam ras dan buras.

3. Adanya pengaruh antara variabel dependen (Keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi telur ayam ras ( $Y_1$ ), Keputusan konsumen membeli dan mengonsumsi telur ayam ras buras ( $Y_2$ ) terhadap variabel dependen (pendapatan, harga telur ayam, kebiasaan mengonsumsi, tanggungan keluarga, dan selera) secara simultan. Sedangkan secara parsial faktor pendapatan, jumlah tanggungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan konsumsi telur ayam ras dan faktor pendapatan, kebiasaan mengonsumsi, dan selera berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan konsumsi telur ayam buras.

## **5.2 Saran**

1. Dalam mengatasi harga telur ayam yang cenderung berfluktuatif pedagang dihimbau dapat membangun relasi yang kuat dengan supplier supplier yang unggul. Dengan begitu diharapkan pedagang dapat mampu bersaing, serta memiliki posisi tawar yang lebih kuat ketika membeli telur ayam di peternak sehingga dapat menjual telur ayam di pasar dengan harga jual yang murah dibandingkan pedagang lainnya. Demikian untuk memasarkan telur diharapkan pedagang terus membangun jaringan dengan pengecer-pengecer baru agar distribusi telur memiliki opsi lain disamping memenuhi kebutuhan supplier-supplier yang sudah ada.
2. Bagi pedagang telur ayam ras maupun pedagang telur ayam buras di pasar Benowo diharapkan agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat

mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian telur dan dapat menerapkan cara-cara yang dapat meminimalisir harga jual telur ayam.

3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembagkan atau mengganti variabel yang sudah peneliti gunakan.