

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah disajikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dipasar tradisional pakis kota Surabaya adalah karakteristik konsumen buah pepaya california yaitu jenis kelamin konsumen terbanyak berjenis kelamin perempuan (75%), usia konsumen terbanyak antara usia 40-50 tahun (42%), tingkat pendidikan konsumen terbanyak adalah Perguruan Tinggi (50%), sebagian besar pekerjaan konsumen adalah ibu rumah tangga (27%), pendapatan konsumen terbanyak lebih dari Rp. 4.000.000 (45%), pengeluaran konsumen terbanyak kurang dari Rp. 2.000.000 (40%), jumlah anggota keluarga konsumen yang terbanyak antara 3 sampai 5 orang (60%), suku konsumen yang dominan adalah jawa (62%), agama mayoritas adalah Islam (82%).

2. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dipasar tradisional pakis kota Surabaya adalah perilaku konsumen sebelum membeli buah pepaya california yaitu pencarian informasi terbanyak adalah dari keluarga (55%), peserta pembelian terbanyak adalah sendiri (45%), tujuan pembelian konsumen terbanyak adalah untuk konsumsi keluarga (40%), macam pembelian yang terbanyak adalah dengan barang lain (65%), transportasi terbanyak yang digunakan konsumen adalah motor (57%), alasan pembelian konsumen terbanyak yaitu dekat dengan rumah (50%).

Perilaku konsumen saat membeli buah pepaya california yaitu harga yang paling diinginkan konsumen adalah normal Rp.7.000 – Rp.10.000 (78%), ukuran yang paling diminati konsumen adalah sedang 1,5kg sampai 2kg (55%), rasa yang paling diminati konsumen adalah sedikit manis dengan tingkat kemanisan 25% sampai 50% (65%), warna buah pepaya california yang disukai konsumen

adalah warna hijau kekuningan (50%), cara pembelian konsumen yang terbanyak adalah tidak menawar (55%), jenis pembayaran yang terbanyak dilakukan konsumen adalah tunai (92,5%), waktu pembelian buah pepaya california yang sering dilakukan konsumen adalah siang hari (40%), frekuensi pembelian konsumen terbanyak adalah setiap bulan (73%), jumlah pembelian konsumen terbanyak antara 2 sampai 4 buah (50%).

Perilaku konsumen setelah membeli buah pepaya california yaitu penggunaan buah pepaya california terbanyak adalah untuk dimakan langsung (42%), tingkat kepuasan konsumen terbanyak adalah cukup puas (78%), Reaksi konsumen terbanyak setelah membeli yaitu dengan membeli ditempat yang sama (70%).

3. Dari hasil analisis chi square didapatkan 8 karakteristik konsumen menunjukkan hubungan yang signifikan antara karakteristik konsumen dengan jumlah pembelian buah pepaya california yaitu jenis kelamin (0,008), usia konsumen (0,035), tingkat pendidikan (0,039), pekerjaan konsumen (0,036), pendapatan konsumen (0,040), pengeluaran konsumen (0,036), jumlah anggota keluarga konsumen (0,042), suku konsumen (0,038). Sedangkan karakteristik konsumen yang tidak menunjukkan hubungan signifikan adalah agama konsumen (0,161).

5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini disarankan bagi produsen dan pemasar buah pepaya california agar memasarkan buah pepaya california sesuai dengan yang diminati sebagian besar konsumen yaitu harga yang normal Rp.7.000 – Rp.10.000, ukuran sedang 1,5kg sampai 2kg, rasa sedikit manis dengan tingkat kemanisan 25% sampai 50%, warna hijau kekuningan. Mengingat jumlah pembelian buah pepaya california oleh konsumen umumnya sedang 2 buah sampai 4 buah. Maka pemasar harus mengikuti selera dan perilaku konsumen buah pepaya california sehingga dapat meningkatkan penjualan serta

pendapatan buah pepaya california dipasar tradisional pakis Kelurahan Darmo
Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya.