

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bauran pemasaran yang mencakup produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik pada Kebun Hidroponik Griya Botani.
2. Variabel persepsi konsumen yang mencakup kesadaran kesehatan dan keamanan pangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik pada Kebun Hidroponik Griya Botani.
3. Rekomendasi strategi peningkatan pemasaran pada Kebun Hidroponik Griya Botani dapat dilakukan dengan meningkatkan setiap variabel dalam bauran pemasaran yang meliputi indikator kemasan (X1.1.3), keterjangkauan harga (X1.2.1), traffic (X1.3.3), konten media sosial (X1.4.3), respon keluhan (X1.5.3), fasilitas tambahan (X1.6.3), proses pesanan cepat (X1.7.1), penghargaan pada makanan yang sehat (X2.1.3), dan bebas dari bahan berbahaya (X2.2.3).

5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan antara lain:

1. Kebun Hidroponik Griya Botani harus memperluas varian produk, meningkatkan kualitas, dan perhatikan kemasan yang menarik. Menetapkan harga yang kompetitif namun tetap menguntungkan, dan menawarkan promo menarik secara berkala. Memperluas saluran distribusi, baik online maupun offline. Menjalin kerja sama yang luas dengan mitra lain serta penambahan lembaga penunjang

lainnya untuk mendukung dan menunjang usaha taninya. Sehingga dapat memenuhi permintaan dalam skala besar dan akhirnya kapasitas penjualan perusahaan terus meningkat. Meningkatkan frekuensi promosi melalui berbagai saluran, seperti media sosial. Memberikan pelayanan yang ramah dan profesional. Mengoptimalkan proses pemesanan, pembayaran, dan pengiriman untuk memberikan pengalaman belanja yang nyaman.

2. Kebun Hidroponik Griya Botani perlu mengikuti kegiatan event dengan rutin, seperti pemasaran produk atau festival lainnya. Supaya dapat mengedukasi masyarakat atau konsumen tentang manfaat dan kelebihan sayuran hidroponik dimulai dari budidaya hingga pascapanen lewat mulut ke mulut dan menyebarkan pamflet/brosur, sehingga masyarakat dan konsumen tertarik untuk membeli produk sayuran.