

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam menganalisis pengaruh asal negara dan sikap konsumen terhadap preferensi konsumen buah anggur shine muscat pada retail modern di Kota Surabaya dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut :

1. Indikator *people affect* pada variabel asal negara yang menggambarkan sejauh mana pengaruh orang lain terhadap suatu produk, memiliki pengaruh terhadap preferensi konsumen. Selain itu, indikator konatif pada variabel sikap konsumen, yang mencerminkan dorongan atau niat untuk membeli, juga berpengaruh terhadap preferensi konsumen. Dorongan ini terbentuk dari keyakinan dan perasaan positif terhadap produk yang mendorong konsumen untuk memilih dan mengonsumsi anggur shine muscat. Disimpulkan bahwa pengaruh orang lain dan dorongan pribadi konsumen secara bersama-sama berperan penting dalam menentukan pilihan konsumen terhadap produk premium.
2. Rekomendasi bagi usaha retail menggambarkan bahwa penyediaan buah anggur shine muscat di retail modern perlu memperhatikan negara asal produk yang telah terbentuk. Indikator dengan nilai terendah terdapat pada variabel asal negara, yaitu *desire interaction* yang menunjukkan bahwa konsumen cenderung membeli anggur shine muscat karena kualitas atau rasanya, tanpa merasa punya kedekatan khusus dengan budaya negara asalnya. Oleh karena itu, pelaku usaha ritel modern khususnya Hokky Fruit dan Papaya Fresh Gallery perlu memberikan perhatian khusus sekaligus melakukan peningkatan pada aspek ini.

5.2 Saran

1. Indikator *people affect* menunjukkan bahwa rekomendasi atau pengaruh dari orang lain memiliki kontribusi besar terhadap minat konsumen. Oleh karena itu, pemanfaatan influencer, testimoni dari konsumen, serta promosi melalui media sosial dapat menjadi strategi yang efektif untuk membentuk citra positif produk. Sementara itu, indikator *konatif* yang menunjukkan adanya niat atau dorongan untuk membeli, perlu ditingkatkan dengan bentuk komunikasi yang menyentuh aspek emosional/rasional konsumen, seperti manfaat kesehatan, rasa eksklusif. Efektivitasnya dapat ditingkatkan dengan segmentasi pasar berdasarkan pengaruh sosial maupun dorongan pribadi, serta memastikan produk mudah diakses di toko atau platform terpercaya. Pendekatan yang menggabungkan faktor sosial dan motivasi pribadi ini berpotensi untuk meningkatkan preferensi konsumen terhadap produk impor premium secara signifikan.
2. Supermarket Hokky Fruit dan Papaya Fresh Gallery seharusnya menampilkan informasi asal negara buah anggur shine muscat secara jelas di area penjualan, baik melalui label produk maupun media promosi yang mendukung agar dapat membantu konsumen lebih mengenali karakteristik dan keunggulan produk yang ditawarkan. Selain itu, menyediakan program *product tasting* di dalam toko, promosi bertema negara asal, dan penyediaan informasi menarik mengenai latar belakang produk agar ketika konsumen membeli tetap sesuai dengan harapan terhadap produk dari negara tertentu. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan aspek *desire interaction* sehingga konsumen tidak hanya membeli karena kualitas, tetapi juga merasa terhubung dengan nilai budaya di balik produk tersebut.