V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat dirumuskan beberapa poin kesimpulan, sebagai berikut :

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa klaster yang didapatkan dari analisis K-*means* pada penelitian sebanyak tiga klaster. Tiga klaster tersebut antara lain klaster satu menunjukkan aspek aktivitas sedikit diatas rata-rata sedangkan aspek lainnya dibawah rata-rata keseluruhan responden, klaster dua menunjukkan bahwa mayoritas aspek berada dibawah rata-rata keseluruhan responden, dan klaster tiga menunjukkan mayoritas aspek diatas rata-rata keseluruhan responden. Jumlah responden paling banyak berada pada klaster satu. Surabaya Timur menjadi wilayah dengan responden paling banyak pada klaster satu dan dua. Klaster tiga responden paling banyak berasal dari Surabaya Pusat.
2. Pengetahuan Nomor Kontrol Veteriner (NKV), kualitas produk, dan eksposur pemasaran digital terbukti memiliki keterkaitan dengan keputusan pembelian nugget ayam di Kota Surabaya. Keterkaitan dari kualitas produk dan eksposur pemasaran digital lebih besar dibandingkan dengan pengetahuan label Nomor Kontrol Veteriner (NKV) terhadap keputusan pembelian nugget ayam di Kota Surabaya.

5.2. Saran

Berdasarkan saran dari penelitian, berikut merupakan saran yang dapat diberikan untuk produsen, pemerintah, dan penelitian selanjutnya :

1. Bagi produsen, sebaiknya mengoptimalkan keunggulan produk mereka yaitu penerapan Nomor Kontrol Veteriner (NKV) dibandingkan produk yang belum menerapkan Nomor Kontrol Veteriner (NKV) melalui pemasaran digital yang konsisten dengan mengikuti tren, kreatif, dan menarik serta memanfaatkan konten yang edukatif dengan menampilkan. Selain itu, memperkuat pengawasan terhadap kualitas produk secara menyeluruh dan menjaga konsistensi kualitas produk agar produk yang diharapkan tetap sesuai dengan keinginan konsumen.
2. Bagi pemerintah, sebaiknya mengintensifikan sosialisasi atau kampanye mengenai pentingnya membeli makanan olahan hewan yang memiliki Nomor Kontrol Veteriner (NKV) agar tingkat kesadaran konsumen meningkat dalam membeli makanan olahan hewan yang aman.
3. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi dalam memengaruhi keputusan pembelian seperti menyandingkan variabel dengan harga, citra merek, dan label keamanan pangan yang lainnya contohnya yaitu label halal. Menggunakan objek produk olahan asal hewan yang lain dan memperluas cakupan wilayah penelitian guna memperoleh perbandingan faktor-faktor yang memengaruhi pada keputusan pembelian dari berbagai produk olahan asal hewan. Selain itu, penelitian selanjutnya melibatkan responden dengan profil pekerjaan dan pendidikan yang lebih beragam.