

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan evaluasi terhadap keputusan pembelian sayur wortel organik di Pasar Modern Hypermart Malang Town Square Kota Malang, dapat ditarik kesimpulan:

1. Berbagai atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian sayur wortel organik, diantaranya atribut kebersihan, kesegaran dan manfaat. Atribut kebersihan dapat dipertimbangkan karena konsumen melihat sayur wortel organik yang ada pada kemasan terlihat bersih serta kemasan dan *packaging* terlihat tersusun rapi dan bersih. Atribut kesegaran dapat dipertimbangkan karena konsumen melihat bahwa kesegaran dari sayur wortel organik akan mempengaruhi gizi yang terkandung. Sedangkan atribut manfaat dipertimbangkan konsumen karena sayur wortel organik memiliki gizi dan manfaat yang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan.
2. Keputusan konsumen terhadap pembelian sayur wortel organik bersikap dengan maksud berperilaku netral. Sikap dengan maksud berperilaku netral diakibatkan karena konsumen berpendapat bahwa untuk membeli dan mengonsumsi sayur wortel organik tidak menjadi kebutuhan pokok sehingga konsumen lebih bersikap dengan maksud berperilaku netral.

6.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disarankan sebagai berikut:

1. Bagi konsumen, lebih memperhatikan akan pentingnya kesehatan dengan mengonsumsi pangan organik seperti sayur wortel organik. Karena dengan mengonsumsi sayur wortel organik lebih memiliki banyak gizi dan manfaat demi menjaga kesehatan dengan cara mengonsumsi sayur organik yang menjadi kebutuhan setiap konsumen.
2. Dilihat dari penelitian yang telah dilakukan bahwa atribut kesegaran, atribut kebersihan dan atribut manfaat lebih dipertimbangkan agar dapat mendukung pemasaran sayur wortel organik, sehingga disarankan untuk memasukkan variabel lain seperti variabel promosi, jenis sayur organik yang menjadi kebutuhan pokok sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap sayur wortel organik.