

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian segmentasi pasar dalam keputusan pembelian sayuran yang diinginkan konsumen di Tante Sayur. Berdasarkan hasil pengolahan data dari hasil jawaban responden pada setiap item pertanyaan yang terdapat pada kuesioner menunjukkan bahwa pada lokasi konsumen Tante Sayur mayoritas adalah DKI Jakarta, jenis kelamin perempuan, umur 26-45 tahun, pendidikan terakhir Diploma 4/S1, pekerjaan pegawai swasta, pendapatan di atas Rp8.000.001, sudah menikah, memiliki jumlah anggota keluarga 3-4 orang. Pada segmentasi psikografis gaya hidup konsumen Tante Sayur memiliki kebiasaan selalu mengonsumsi sayuran secara rutin dan berolahraga. Motivasi konsumen untuk membeli sayuran adalah karena sayuran baik untuk kesehatan, sayuran memiliki banyak manfaat, dan sayuran yang memiliki kandungan nutrisi tinggi. Konsumen menyukai belanja secara *online* dan biasanya dalam sebulan berbelanja < 5 kali perbulan atau 4 kali seminggu.

2. Berdasarkan hasil penelitian bauran pemasaran produk dan harga dalam meningkatkan penjualan sayuran di Tante Sayur, variabel pada produk dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran. Diketahui bahwa pada variabel produk mengenai keanekaragaman produk memiliki pandangan sangat penting dalam keputusan pembelian sayuran. Kesegaran dan kebersihan menjadi hal yang penting pada kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Kemasan yang disukai konsumen Tante Sayur adalah kardus. Merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran. Produk yang diinginkan oleh konsumen terkadang tersedia. Kualitas pelayanan mengenai kemudahan pemesanan, kecepatan merespon konsumen, dan kecepatan proses pesanan sudah cukup baik menurut konsumen Tante Sayur. Pada variabel harga informasi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada variabel fluktuasi harga keputusan pembelian konsumen yaitu konsumen membeli produk lain yang lebih murah, membeli jumlah sayuran dikurangi, dan membeli jumlah sayuran yang sama. Pendapat konsumen mengenai harga produk Tante Sayur rata-rata mahal, dan konsumen mempertimbangkan pembelian pada saat adanya tambahan ongkos kirim. Pada jumlah ongkos kirim keputusan konsumen ketika semakin tinggi rendah nilai ongkos kirim semakin banyak jumlah pembeli. Pada pembelian produk minimal Rp100.000, rata-rata konsumen memilih Rp20.000. Metode pembayaran kebanyakan konsumen menggunakan transfer bank.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang diberikan adalah:

1. Diharapkan Tante Sayur melakukan promosi yang lebih kepada kaum perempuan, dimana pangsa pasar yang terbesar adalah perempuan dewasa berusia 26-45 tahun.
2. Diharapkan Tante Sayur dapat menjaga kualitas produk dan meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah ada pada produk sayuran sehingga dapat meningkatkan keinginan konsumen dalam berbelanja produk di Tante Sayur.
3. Diharapkan Tante Sayur dapat memperbanyak variasi dari produk-produk baik sayuran, buah, ikan dan lainnya. Sehingga keinginan dari konsumen dapat dipenuhi pada satu toko yaitu Tante Sayur.
4. Diharapkan Tante Sayur dapat memberikan promo, potongan harga, diskon, dan *free delivery* pada konsumen Tante Sayur, agar dapat memberikan daya tarik bagi konsumen, sehingga dapat menarik konsumen baru dan mempertahankan pelanggan.