

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Konsumen sayuran organik di Pasar Modern Kota Semarang didominasi oleh perempuan, kelompok usia mayoritas berusia 27 – 36 tahun, pekerjaan konsumen responden didominasi mahasiswa, dan latar belakang pendidikan mayoritas adalah S1. Mayoritas konsumen responden sayuran organik di Gelael Citraland dan Transmart Setiabudi memiliki pendapatan antara > Rp. 2.000.000,- – Rp. 4.000.000,- per bulan. Frekuensi pembelian sayuran organik konsumen mayoritas sebanyak 2 – 3 kali pembelian dalam satu minggu, dengan pengeluaran untuk membeli sayuran organik > Rp. 50.000 – Rp. 150.000,- per bulan.
2. Hasil analisis regresi logistik menunjukkan bahwa secara simultan (serempak) variabel pendapatan, harga, kualitas dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik di Pasar Modern Kota Semarang. Secara parsial variabel pendapatan, harga, kualitas dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik di Pasar Modern Kota Semarang.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan untuk penelitian selanjutnya, agar dapat menambahkan beberapa faktor lain yang lebih spesifik yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian sayur organik di pasar modern. Faktor-faktor tersebut seperti tingkat pendidikan, gaya hidup dan *habit*. Hal tersebut diperlukan agar variabel bebas yang diduga berpengaruh tergambar lebih dari 50% dibandingkan pada penelitian ini, sehingga dapat mengetahui faktor apa yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran organik. Produsen sayur organik yang menyuplai ke pasar modern diharapkan dapat menjaga dan meningkatkan kualitas produk dan dapat meningkatkan permintaan akan sayuran organik.