BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini mengenai pengaruh Persepsi Harga dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Sayuran Organik (Studi Pada Konsumen Pasar Sambas Medan). maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1) Variabel Persepsi Harga berpengaruh terhadap Minat Beli Sayuran Organik (Studi Pada Konsumen Pasar Sambas Medan).
2) Variabel Sikap Konsumen berpengaruh terhadap Minat Beli Sayuran Organik (Studi Pada Konsumen Pasar Sambas Medan).
3) Variabel Persepsi Harga dan Sikap Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Sayuran Organik (Studi Pada Konsumen Pasar Sambas Medan).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1) Variabel Persepsi Harga, saat ini persaingan yang semakin tinggi terhadap berbagai macam sayuran salahnya satunya seperti sayuran non organik, sayuran organik, sayuran hydroponik dan semacamnya serta beragam harga yang berbeda-beda, diharapkan kepada kepala pasar sambas medan ikut membantu dalam menjaga stabilitas harga jual sayuran organik dan bagi para pedagang agar tetap terus menjaga kualitas yang ada pada

sayuran organik dari pasar Sambas Medan, agar para pembeli tetap akan membeli sayuran organik yang memiliki kualitas yang baik tanpa harus berpaling ke produk sayuran lainnya.

2) Variabel Sikap Konsumen, bahwa Pasar Sambas harus terus menjaga produk sayuran organik yang berkualitas baik, agar konsumen tetap memiliki kepercayaan untuk mengkonsumsi atau membeli produk sayuran organik yang berasal dari Pasar Sambas.
3) Variabel Minat Beli, untuk perkembangan dalam meningkatkan penjualan produk sayuran organik, minat beli konsumen sangatlah penting untuk diperhatikan oleh pedagang. Oleh karena itu pedagang harus lebih memperhatikan apa yang di mau oleh konsumen, dalam melakukan minat beli terlebih dalam sisi perilaku konsumen yang tidak mudah untuk dipahami sehingga dengan begitu minat beli sayuran organik tidak akan beralih ke yang lainnya.
4) Untuk peneliti selanjutnya diharapkan memakai variabel diluar variabel yang terbukti secara teoritis mampu mempengaruhi minat beli sayuran organik selain dari persepsi harga dan sikap konsumen, yaitu gaya hidup sehat, lingkungan serta budaya.

THE Character Building UNIVERSITY