

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, antara lain:

1. Persepsi konsumen dalam membeli kubis segar di Pasar Pasir Gintung termasuk dalam kriteria tinggi, yaitu pada pemahaman kandungan gizi dan kualitas kubis, penafsiran terhadap kesehatan dan kualitas hidup, tanggapan kebugaran, dan harga kubis yang murah. Akan tetapi, persepsi konsumen masih ragu-ragu pada kandungan antioksidan yang terkandung dalam kubis. Faktor –faktor internal (pengetahuan, kebiasaan, keinginan, kebutuhan, dan pendapatan) dan faktor-faktor eksternal (harga, warna, kesegaran, ketersediaan, daya simpan, kebersihan kubis, keamanan kubis, pelayanan pasar dan kenyamanan pasar) berhubungan nyata dengan persepsi konsumen membeli kubis segar di Pasar Pasir Gintung.
2. Motivasi konsumen membeli kubis di Pasar Pasir Gintung termasuk dalam kriteria tinggi, yaitu dorongan tindakan pada kesegaran, harga dan kebutuhan kubis, tujuan jiwa pada kandungan gizi kubis, rangsangan keinginan pada masakan yang enak dan rasa kubis yang menyegarkan, dan kepuasan pada kandungan vitamin dan penampilan kubis. Akan tetapi, motivasi pada tujuan jiwa konsumen dalam perawatan kecantikan dan penuaan dini adalah ragu-ragu. Persepsi berhubungan nyata dengan motivasi konsumen membeli kubis segar di Pasar Pasir Gintung.

3. Sikap konsumen dalam membeli kubis segar di Pasar Pasir Gintung termasuk dalam kriteria tinggi yaitu tindakan membeli karena kubis terlihat menarik dan tindakan membeli karena kandungan gizi kubis, reaksi senang konsumen pada harga, bekas gigitan ulat, rasa aman, dan reaksi senang konsumen pada kualitas, serta respon konsumen pada mutu dan bekas gigitan ulat pada kubis. Motivasi berhubungan nyata dengan sikap konsumen membeli sayuran kubis segar di Pasar Pasir Gintung. Namun, konsumen tidak setuju pada reaksi dan respon konsumen untuk kecantikan dalam mengkonsumsi kubis.

B. Saran

1. Bagi para pedagang harus dapat menyediakan berbagai jenis kubis dengan penampilan yang menarik, bersih serta berbagai kualitas kubis yang akan dijualnya, agar seorang konsumen lebih termotivasi untuk membeli kubis berdasarkan apa yang diinginkannya dan konsumen merasa puas.
2. Kepada pemerintah dan dinas terkait, perlu adanya komunikasi tentang pengetahuan kandungan gizi yang lebih mendetail pada kubis serta manfaatnya bagi para konsumen agar konsumen lebih termotivasi membeli dan mengkonsumsi kubis.
3. Kepada peneliti lain yang melakukan penelitian sejenis diharapkan dapat meneliti variabel internal dan eksternal yang berkenaan dengan permintaan konsumen dan ekonomi mikro.