

VI. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, terdapat sebanyak 14 orang responden atau sebesar 47% persen responden di Super Indo Godean sangat berminat untuk membeli beras organik dan ditunjukkan dengan sebanyak 12 orang responden melakukan pembelian beras organik. Sebesar 30% responden berminat untuk membeli beras organik, dan sisanya masuk pada kategori tidak berminat, dan sangat tidak berminat dengan presentase sebesar 20% dan 3%. Disamping itu, sebagian besar responden, yaitu sebanyak 25 orang atau sebesar 83% responden di Pamella Satu juga sangat berminat untuk membeli beras organik yang ditunjukkan dengan sebanyak 22 orang responden melakukan pembelian beras organik. Sebesar 7% berminat ditunjukkan dengan satu orang responden melakukan pembelian beras organik, sedangkan sisanya sebesar 3% dan 7% masuk pada kategori tidak berminat dan sangat tidak berminat. Dapat dikatakan bahwa minat konsumen untuk membeli beras organik di pasar modern sebagian besar masuk pada kategori sangat berminat, dan berminat. Hanya sedikit responden yang tidak berminat maupun sangat tidak berminat.
2. Dari hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan, diketahui bahwa minat konsumen untuk membeli beras organik di pasar modern

yogyakarta secara bersama-sama dipengaruhi oleh faktor harga, merek, ketersediaan produk dan kesadaran kesehatan, namun hanya faktor ketersediaan produk yang berpengaruh secara nyata terhadap minat beli sehingga mempengaruhi pembelian impulsif (tidak terencana). Faktor harga, merek, dan kesadaran kesehatan tidak berpengaruh secara nyata terhadap minat beli. Harga tidak mempengaruhi karena konsumen sudah tidak lagi memperhatikan harga beras organik karena sudah yakin terhadap manfaat dan kualitas beras organik. Merek tidak mempengaruhi karena konsumen sudah tidak memperhatikan merek beras organik lain dan sudah memiliki merek beras organik tertentu, serta kesadaran kesehatan juga tidak mempengaruhi karena untuk sadar akan kesehatan, tidak hanya ditunjukkan dengan mengkonsumsi beras organik, masih ada gaya hidup lain yang dapat menggambarkan kesadaran konsumen terhadap kesehatan seperti olahraga, istirahat teratur, dan mengkonsumsi makanan sehat lainnya.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka saran yang dapat direkomendasikan adalah:

1. Ketersediaan produk merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap minat beli konsumen terhadap beras organik, hal ini menunjukkan bahwa konsumen sangat peka terhadap ketersediaan produk beras organik. Sehingga sebaiknya dari pihak setiap pasar modern selalu memperhatikan ketersediaan produk beras organik untuk selalu tersedia, dari segi jenis maupun ukurannya

supaya konsumen akan selalu berminat untuk melakukan pembelian beras organik di Super Indo Godean maupun Pamela Satu.

2. Dengan banyaknya responden di Super Indo Godean, dan Pamela Satu dengan kategori sangat berminat, maka dari itu sebaiknya dari pihak toko tetap memperhatikan dari segi ketersediaan produk beras organik, karena jika konsumen dapat selalu membeli produk beras organik yang diinginkan maka konsumen akan tetap sangat berminat untuk membeli beras organik di pasar modern tersebut.