

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Proses pengambilan keputusan pembelian belalang goreng oleh wisatawan di mulai dengan tahap identifikasi masalah yaitu tahap identifikasi kebutuhan yang harus dipenuhi yaitu kebutuhan konsumsi, kebutuhan untuk konsumsi pribadi. Selanjutnya, dalam pembelian belalang goreng sebagian konsumen tidak melakukan pencarian informasi terlebih dahulu. Dalam evaluasi alternatif pembelian belalang goreng konsumen sangat mempertimbangkan harga, kualitas dan rasa. Sebagian besar konsumen baru melakukan pembelian belalang goreng sebanyak satu kali dan dalam pembeliannya sudah direncanakan sebelumnya. Setelah melakukan pembelian belalang goreng konsumen merasa puas dengan produk belalang goreng dan bersedia untuk melakukan pembelian ulang serta akan menyarankan orang lain untuk membeli belalang goreng.
2. Secara parsial variabel independen yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian belalang goreng adalah daerah asal, status pernikahan, usia dan pendidikan. Daerah asal berpengaruh karena berkaitan dengan kultur masing masing daerah. Sebagian besar konsumen yang sudah menikah memiliki penghasilan tetap yang dapat digunakan untuk membeli kebutuhan pokok, maupun kebutuhan tambahan. Pengaruh usia terhadap kepuasan pembelian dilihat dari segi kondisi kesehatan dan untuk pendidikan, pada setiap

tingkatan pendidikan memiliki tingkat pengetahuannya masing-masing, sehingga dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli belalang goreng.

B. Saran

1. Sebagian besar konsumen tidak melakukan pencarian informasi terlebih dahulu sebelum membeli belalang, karena kurangnya informasi terkait produsen belalang goreng. Produsen sebaiknya lebih memperbanyak promosi belalang goreng melalui internet, atau merambah penjualan belalang goreng secara online sehingga konsumen tidak hanya berasal dari Kabupaten Gunungkidul saja, dan dengan menjualnya melalui media online diharapkan pangsa pasar akan semakin luas.
2. Karena sebagian besar konsumen belalang goreng adalah konsumen yang sudah menikah, akan lebih menarik lagi apabila diadakan promo atau diskon pada hari-hari tertentu, untuk meningkatkan daya tarik bagi konsumen, khususnya bagi konsumen yang belum menikah.