

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat maka dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Sikap (*attitude*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap makanan organik.

Variabel Sikap (*attitude*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen terhadap makanan organik di Kelapa Gading

2. Norma subjektif (*subjective norms*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap makanan organik

Variabel Norma subjektif berpengaruh (*subjective norms*) secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap makanan organik di Kelapa Gading.

3. Kesadaran kesehatan (*health consciousness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap makanan organik

Variabel Kesadaran kesehatan (*health consciousness*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap makanan organik di Kelapa Gading.

4. Harga (*price*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap makanan organik.

Variabel Harga (*price*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel minat beli konsumen terhadap makanan organik di Kelapa Gading

5. Sikap, norma subjektif, kesadaran kesehatan, dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap makanan organik.

Variabel Sikap, norma subjektif, kesadaran kesehatan, dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen terhadap makanan organik.

Berdasarkan hal tersebut maka kedua hipotesis kerja (H1, H2, H3, H4, dan H5) semuanya diterima secara signifikan.

B. Implikasi

Hasil analisis menyatakan sikap, norma subjektif, kesadaran kesehatan, dan harga terhadap minat membeli makanan organik, dan implikasi sebagai berikut:

Sikap memiliki pengaruh yang positif terhadap minat membeli makanan organik di Kelapa Gading. Jadi untuk meningkatkan minat membeli maka pihak penjual makanan organik harus meningkatkan sikap pelanggan terhadap makanan organik.

Norma subjektif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli makanan organik di Kelapa Gading. Jadi untuk meningkatkan minat beli maka pihak penjual harus meningkatkan norma subjektif pembeli.

Kesadaran kesehatan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli makanan organik di Kelapa Gading

Sedangkan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli makanan organik di Kelapa Gading Jadi untuk meningkatkan minat beli makanan organik di Kelapa Gading maka pihak produsen perlu menentukan harga yang lebih kompetitif sehingga konsumen berminat membeli makanan organik.

Berdasarkan temuan pada analisis tersebut, beberapa aspek pada sikap, norma subjektif, kesadaran kesehatan, dan harga yang perlu ditingkatkan adalah:

1. Meningkatkan Sikap

- a. Pada dimensi *Salient belief* butir nomor 2 pihak produsen hendaknya mampu mengelola makanan organik menjadi makanan yang lebih enak dibandingkan dengan makanan konvensional. Karena dibandingkan dengan makanan konvensional makanan organik memiliki mutu yang lebih baik dibandingkan dengan makanan konvensional.
- b. Pada butir nomor 4, pihak produsen hendaknya lebih mampu menjelaskan bahwa makanan organik lebih menyehatkan dibandingkan dengan makanan konvensional karena tidak menggunakan pestisida atau bahan pengawet dalam pengolahannya.
- c. Pada butir nomor 5, mampu menjelaskan kepada konsumen bahwa makanan organik jauh lebih ramah lingkungan daripada makanan

konvensional dari mulai proses penanaman sampai dengan pengolahan.

- d. Pada butir nomor 7 pihak produsen mampu memberikan harga yang lebih adil atau lebih kompetitif terhadap makanan organik atau bila makanan organik lebih mahal hendak dapat menjelaskan mengapa hal tersebut terjadi.
 - e. Pada dimensi *outcome evaluation*, butir soal nomor 11 hendaknya pihak produsen mampu menjelaskan kepada konsumen bahwa harga yang mereka bayar sudah sesuai dengan keuntungan yang diperoleh nantinya dengan mengkonsumsi makanan organik.
2. Meningkatkan Norma Subjektif
 - a. Pada dimensi *normative belief*, indikator ke-1, produsen maupun pihak berwenang seperti dinas kesehatan atau dinas pertanian lebih mengkampanyekan lagi tentang pentingnya kesehatan bagi diri sendiri dengan menjaga pola makanan.
 - b. Pada dimensi *motivation to comply*, indikator ke-6, responden belum memiliki kesadaran bahwa makanan organik itu menyehatkan. Sehingga responden menjawab netral untuk pernyataan tersebut. Untuk itu diperlukan kampanye makanan organik menyehatkan.
 3. Meningkatkan Kesadaran Kesehatan
 - a. Pada dimensi *health is important* indikator nomor 7, responden belum memiliki kesadaran pentingnya kesehatan dalam hidup. Untuk itu diperlukan kampanye pentingnya kesehatan bagi hidup.

- b. Indikator nomor 8, dapat dijelaskan bahwa responden belum memiliki kesadaran untuk meninggalkan banyak produk makanan, dan memakan makanan organik sesering mungkin. Sehingga responden sulit untuk meninggalkan makanan konvensional yang selama ini mereka makan.
- c. Indikator nomor 9, dapat dijelaskan bahwa responden kurang memikirkan kesehatan dirinya, terutama kesehatan jangka panjang. Sehingga responden merasa aman saja dengan mengonsumsi makanan yang mereka konsumsi sekarang.
- d. Indikator nomor 10, responden belum memiliki rasa tanggung jawab atas kesehatan mereka sendiri. Sehingga responden bebas mengonsumsi makanan apa saja yang mereka inginkan tanpa perlu memikirkan efek di masa yang akan datang.

Dari hasil tersebut maka diperlukan kampanye pentingnya kesehatan baik dari dinas kesehatan maupun dari dinas pertanian selaku produsen makanan organik.

C. Saran

1. Saran Praktis

a. Sikap

- 1) Pihak produsen hendaknya mampu mengelola makanan organik menjadi makanan yang lebih enak dibandingkan dengan makanan konvensional. Karena dibandingkan dengan makanan konvensional makanan organik memiliki mutu

yang lebih baik dibandingkan dengan makanan konvensional.

- 2) Pihak produsen hendaknya lebih mampu menjelaskan bahwa makanan organik lebih menyehatkan dibandingkan dengan makanan konvensional karena tidak menggunakan pestisida atau bahan pengawet dalam pengolahannya.
- 3) Pihak produsen hendaknya mampu menjelaskan kepada konsumen bahwa makanan organik jauh lebih ramah lingkungan daripada makanan konvensional dari mulai proses penanaman sampai dengan pengolahan.
- 4) Pihak produsen mampu memberikan harga yang lebih adil atau lebih kompetitif terhadap makanan organik atau bila makanan organik lebih mahal hendak dapat menjelaskan mengapa hal tersebut terjadi.
- 5) Pihak produsen hendaknya mampu menjelaskan kepada konsumen bahwa harga yang mereka bayar sudah sesuai dengan keuntungan yang diperoleh nantinya dengan mengkonsumsi makanan organik.

b. Norma Subjektif

- 1) Produsen maupun pihak berwenang seperti dinas kesehatan atau dinas pertanian lebih mengkampanyekan lagi tentang pentingnya kesehatan bagi diri sendiri dengan menjaga pola makanan.
- 2) Diperlukan kampanye makanan organik menyehatkan.

- c. Kesadaran Kesehatan

Diperlukan kampanye pentingnya kesehatan bagi hidup.

2. **Saran Teoritis**

- a. Peneliti lain perlu membahas mengenai sikap, norma subjektif, kesadaran kesehatan, dan harga di tempat lain.
- b. Perlunya penelitian variabel lain diluar variabel sikap, norma subjektif, kesadaran kesehatan, dan harga yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen.
- c. Perlunya penambahan area penelitian, agar data yang diperoleh lebih beragam sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat lebih baik lagi.