

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik konsumen pembeli sayuran hidroponik di Griya Hidroponik Cirebon yaitu sebagian besar berusia >32 tahun, jenis kelamin perempuan, pekerjaan pegawai swasta, status menikah, berdomisili di Cirebon, dan intensitas pembelian 2 kali/minggu.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian sayuran hidroponik di Griya Hidroponik adalah faktor kepribadian, faktor peran, faktor psikologis, faktor gaya hidup, faktor tingkat pendapatan, faktor sosial, faktor produk, faktor harga, faktor pelayanan, dan faktor promosi.
3. Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sayuran hidroponik adalah faktor pelayanan di Griya Hidroponik.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh Griya Hidroponik (GH), diantaranya:

1. Griya Hidroponik dapat melakukan metode pemasaran STP (Segmentasi, Targeting, Positioning). Segmentasi yaitu mengelompokkan konsumen heterogen ke konsumen homogen, GH telah mengetahui karakteristik konsumen ataupun segmen pasar untuk produk sayuran hidroponik seperti konsumen memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta. Selanjutnya, targeting yaitu GH perlu menetapkan konsumen homogen dengan kriteria tertentu seperti memilah konsumen berdasarkan tingkat pendapatan dan

kriteria lainnya yang sesuai dengan penjualan produk. Kemudian, positioning yaitu dengan menanamkan identitas produk sayuran hidroponik GH di persepsi konsumen (*branding*), salah satu caranya yaitu dengan meningkatkan kualitas produk sesuai dengan permintaan pasar dan memiliki packaging yang khas (ramah lingkungan, bersih, memiliki logo) agar dapat menarik konsumen untuk membeli serta mengetahui bahwa produk tersebut merupakan produk dari Griya Hidroponik. Penerapan STP yang baik dan tepat dapat membuat Griya Hidroponik meningkatkan penjualan sayuran hidroponik.

2. Griya Hidroponik perlu memperhatikan faktor-faktor yang telah diteliti seperti menjaga kualitas produk sayuran hidroponik agar sesuai dengan harga yang ditawarkan, dan melakukan promosi dengan frekuensi yang konsisten serta disebarluaskan secara merata agar seluruh konsumen maupun calon konsumen mendapatkan informasi produk. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan harus sesuai dengan kebutuhan konsumen dan melayani konsumen dengan sepenuh hati (ramah) agar konsumen merasa nyaman dan senang saat melakukan pembelian sayuran hidroponik. Tempat penjualan produk sayuran hidroponik dilengkapi menggunakan banner ataupun lampu yang menunjukkan bahwa Griya Hidroponik merupakan tempat yang menjual sayuran hidroponik agar konsumen merasa tertarik untuk melakukan pembelian.
3. Griya Hidroponik harus memperhatikan faktor dominan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian yaitu pelayanan. Hal yang perlu diperhatikan dalam pelayanan seperti menyapa konsumen dengan ramah saat konsumen datang dan melakukan pembelian, pelayanan yang diberikan harus tepat dan cepat agar konsumen tidak menunggu lama, serta adanya karyawan yang bertugas sesuai dengan SOP Griya Hidroponik agar konsumen mendapat pelayanan yang sama dan sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan.