

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait dengan pengaruh bauran pemasaran terhadap pembelian sayuran organik di Kota Purwokerto dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik konsumen sayuran organik di Kota Purwokerto mayoritas terdiri oleh perempuan yaitu sebanyak 72 persen, ibu dalam keluarga, berdomisili disekitar Kota Purwokerto, rata-rata pembelian sayuran adalah kurang dari 2 kali pembelian dalam satu minggu. Mayoritas para konsumen membeli sayuran organik tersebut untuk dikonsumsi bagi keluarganya.
2. Bauran pemasaran yang terdiri dari *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran organik di Kota Purwokerto, Kabupaten Banyumas. Harga dan promosi merupakan variabel yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sayuran organik di Kota Purwokerto. Sedangkan variabel produk, lokasi, proses, manusia dan sarana fisik tidak berpengaruh secara signifikan.
3. Pembeli potensial terbanyak adalah konsumen berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia antara 17 sampai 25 tahun, rata – rata pendapatan perbulan konsumen tersebut antara 7 sampai 10 juta, sudah menikah dan memiliki tanggungan keluarga sebanyak 2 orang.

### B. Saran

Saran yang dapat diberikan sebagai tindak lanjut dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsumen sayuran organik umumnya mementingkan harga produk yang terjangkau sehingga outlet-outlet sayuran organik di Kota Purwokerto harus

mempertahankan harga produk yang terjangkau dengan produk yang tetap berkualitas

2. Outlet-outlet sayuran organik juga harus menjaga kualitas produk agar tetap segar sehingga dapat lebih menarik lagi para konsumen
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menentukan variabel-variabel demografi lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini, sehingga pada penelitian selanjutnya segmentasi pasar konsumen sayuran organik di Kota Purwokerto dapat lebih rinci.

