

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dari penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa bahwa variabel sikap dan norma subjektif memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen beras organik baik itu secara bersama-sama maupun secara individual. Dalam penelitian ini variabel yang dominan dalam mempengaruhi minat beli konsumen terhadap beras organik adalah variabel sikap.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut :

1. Produsen diharapkan lebih mempromosikan tentang manfaat dari beras organik kepada masyarakat karena hal tersebut akan mendorong seseorang untuk mencoba dan kemudian membeli beras organik .
2. Produsen harus melakukan promosi secara langsung (direct marketing) daripada promosi di media seperti koran, majalah, TV.
3. Produsen bisa juga melakukan promosi mengenai dampak apabila tidak mengkonsumsi beras organik.
4. Produsen dapat menjadikan harga sebagai suatu hal yang harus diperhatikan, karena produk ini termasuk pada barang convenience yang cenderung sensitif terhadap harga artinya bahwa apabila terjadi perubahan harga maka akan mempengaruhi pada jumlah pembelian produk ini.