

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil uji pada penelitian ini menunjukkan bahwa sikap terhadap makanan organik secara signifikan mempengaruhi minat beli makanan organik. Artinya bahwa setiap peningkatan sikap akan meningkatkan minat beli terhadap makanan organik. Hal ini didukung dengan keyakinan perilaku (*behavior belief*) dan evaluasi konsekuensi (*outcome evaluation*) yang tinggi. Responden yakin terhadap atribut-atribut positif yang dimiliki oleh makanan organik serta responden menunjukkan bahwa penting bagi mereka untuk membeli makanan organik karena atribut-atribut positif dari makanan organik yang mereka yakini tersebut memiliki skor yang tinggi.

Berbeda dengan sikap, ternyata norma subjektif ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli makanan organik. Artinya bahwa setiap peningkatan norma subjektif akan mengurangi minat beli terhadap makanan organik. Hal ini didukung dengan keyakinan normatif (*normative belief*) dan motivasi untuk mematuhi (*motivation to comply*) yang sedang terhadap saran dari orang lain yang mereka anggap penting, baik dari keluarga, teman ataupun dokter untuk membeli makanan organik.

Sama dengan sikap terhadap makanan organik, *perceived behavior control* secara signifikan mempengaruhi minat beli makanan organik. Artinya bahwa setiap peningkatan *perceived behavior control* akan meningkatkan minat beli terhadap makanan organik. Hal ini didukung dengan keyakinan pengendalian (*control belief*) yang tinggi dan faktor pengendalian (*power of control factor*) yang memiliki skor sedang.

Kesimpulannya, sikap terhadap makanan organik memiliki pengaruh yang paling kuat diantara dua variable yang lain karena selain hasil ujinya positif signifikan mempengaruhi minat beli, keyakinan perilaku serta evaluasi konsekuensinya memiliki skor tinggi. Setelah sikap, *perceived behavior control* juga mempengaruhi minat beli dengan kuat karena keyakinan pengendalian yang memiliki skor tinggi dan kekuatan faktor pengendalian dengan skor sedang. Sedangkan Norma subjektif ternyata memiliki pengaruh paling rendah karena ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap makanan organik serta keyakinan normatif dan motivasi untuk mematuhi yang memiliki skor rendah. Norma subjektif yang tidak berpengaruh secara signifikan pada minat beli makanan organik juga didukung oleh penelitian dari Miller (2005) bahwa norma subjektif merupakan dampak dari faktor eksternal terhadap minat pelanggan.

Norma subjektif atau tekanan dari orang lain untuk mengonsumsi makanan organik ternyata tidak memiliki pengaruh yang signifikan karena tidak berasal dari diri sendiri (eksternal) atau bukan kemauan sendiri, berbeda dengan variabel sikap dan *perceived behavior control* yang berasal dari diri sendiri. Sedangkan secara bersama-sama (simultan) sikap, norma subjektif dan *perceived behavior control* berpengaruh terhadap minat beli makanan organik meskipun norma subjektif tidak berpengaruh secara signifikan karena dua variabel lainnya (sikap dan *perceived behavior control*) berasal dari dalam diri sendiri sehingga seseorang akan tetap memiliki minat beli makanan organik.

## 5.2. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang ditujukan kepada pemilik brand makanan organik, toko yang menjual makanan organik serta pemasar untuk dapat memfokuskan pemasaran lebih banyak di internet dan juga sosial media karena lebih dari separuh responden mengetahui makanan organik dari internet dan sosial media. Selain biayanya lebih murah jika dibandingkan dengan media pemasaran lainnya seperti di media massa (iklan TV, radio, koran, majalah), di billboard atau megatron, banner ataupun spanduk di jalanan, pemasaran melalui media internet akan menjangkau generasi muda yang lebih peduli terhadap gaya hidup sehat. Seperti yang ditemukan pada hasil penelitian yaitu semakin berumur, semakin sedikit responden yang menerapkan gaya hidup sehat (salah satunya adalah mengkonsumsi makanan organik). Untuk pemasaran yang ditujukan pada masyarakat yang berumur dapat lebih ditekankan pada sisi *awareness* akan mengkonsumsi makanan organik.

Pemerintah melalui kementerian pertanian sebagai penggerak pertanian organik serta produsen dari makanan organik dapat menonjolkan atribut-atribut positif apa saja yang dimiliki oleh makanan organik, karena berdasarkan hasil penelitian sikap terhadap makanan organik berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli makanan organik. Disini artinya masyarakat percaya bahwa makanan organik memiliki manfaat positif. Selain itu dari sisi produsen dan distributor dari makanan organik dapat bekerja lebih keras dalam mengatasi hambatan-hambatan yang seringkali dialami oleh konsumen maupun calon konsumen akan ketersediaan produk, kemudahan mendapatkan produk, harga produk yang tinggi dan hambatan-hambatan lainnya. Pemerintah juga dapat mengakomodir para petani yang akan beralih menjadi petani organik agar pertanian organik menjadi lebih umum dan lebih banyak petani yang menanam produk organik sehingga pada akhirnya dapat menekan harga produk organik di pasar. Hal ini melihat

hasil penelitian ini bahwa *perceived behavior control* berpengaruh secara signifikan terhadap makanan organik.

