

mengindikasikan pengaruh lingkungan yang mempengaruhi perilaku konsumsi buah-buahan, salahsatunya adalah pola didik dalam suatu keluarga membentuk kebiasaan untuk mengkonsumsi buah-buahan sejak dini (Pearson et al., 2008). Pola didik dalam anggota keluarga menjadi relasi yang sangat erat terhadap perilaku konsumsi, dan ketersediaan buah-buahan di rumah, dan menjadi kebiasaan yang berlangsung terus menerus (Horst et al., 2007). Pengeluaran keluarga per bulan menjadi pembeda pada perilaku konsumsi buah-buahan seperti pada table 18, kelompok pengeluaran tinggi lebih banyak mengkonsumsi buah-buahan dalam jumlah keluarga yang lebih besar, termasuk ayah, ibu, anak, dan anggota keluarga lain. Hal ini sesuai dengan penelitian Pearson *et al.*, (2008), dimana ukuran anggota keluarga dalam satu rumah akan mempengaruhi peningkatan pola konsumsi buah. Pada kelompok pengeluaran tinggi yang berarti berpendapatan rendah, penelitian yang dilakukan oleh Goldman (2012) menunjukkan bahwa *low income families* mengurangi potensi pembelian buah untuk konsumsi, namun pada penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pengeluaran tinggi lebih banyak mengkonsumsi buah. Hal ini dikarenakan masyarakat berpenghasilan rendah ini menerapkan pola didik yang diharuskan untuk mengkonsumsi buah-buahan, dimana pada kelompok pendapatan rendah, aksesibilitas pada produk buah menjadi hal yang penting. Kebijakan pemerintah dalam kaitannya dengan distribusi buah dan menjangkau semua kalangan dapat menjadi jalan yang baik untuk meningkatkan pola konsumsi buah-buahan di masyarakat berpendapatan rendah (Holl et al., 2005).

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1.Kesimpulan**

Pada penelitian ini, didapatkan kesimpulan bahwa :

- Perilaku pola konsumsi masyarakat Kota Semarang sangat dipengaruhi oleh tempat membeli produk buah-buahan, dimana nilai korelasi yang didapatkan yaitu 0,673 pada kelompok pengeluaran rendah, 0,606 untuk kelompok

pengeluaran keluarga sedang, dan 0,577 pada kelompok pengeluaran tinggi.

- Nilai korelasi yang mendekati 1 ini mengindikasikan korelasi yang kuat dan berbanding lurus, serta dengan nilai signifikansi  $<0,01$  mengindikasikan hubungan yang sangat kuat antara variabel tempat membeli dengan perilaku konsumsi buah-buahan.
- Pertimbangan membeli menjadi variabel dengan hubungan sangat kuat dan berbanding terbalik, dikarenakan preferensi masyarakat akan rasa, kualitas, harga, dan kemudahan mendapatkan menjadi hal yang membuat masyarakat bimbang dan memilih untuk membeli produk makanan yang lebih penting.
- Pengetahuan responden menjadi variabel yang tidak terlalu berhubungan dan berbanding terbalik dengan perilaku konsumsi buah-buahan karena konsumen yang terlalu selektif dan pemahaman yang salah akan kandungan dan manfaat buah-buahan untuk diet.

## 5.2.Saran

Penelitian ini hanya meneliti 6 jenis variabel yaitu faktor sosial, pertimbangan membeli, pengetahuan Buah, cara mendapatkan olahan Buah, jenis Buah, dan jenis olahan Buah. Peneliti berharap agar peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian lebih mendalam terkait faktor-faktor lain yang berhubungan dan berpengaruh terhadap frekuensi konsumsi Buah dalam keluarga. Selain itu juga, penelitian yang berkaitan dengan cara mendapatkan olahan Buah dan jenis olahan Buah terhadap konsumsi Buah masih belum banyak ditemukan di beberapa penelitian terdahulu, sehingga hal tersebut menjadi salah satu penghambat untuk menghimpun beberapa penjelasan.