

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hal yang dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perilaku konsumen terhadap pembelian telur ayam ras yang terdiri dari:

Bagian telur yang disukai responden paling banyak memilih bagian kuning dan putih telur sebanyak 88 orang atau (88%), Harga telur ayam mempengaruhi konsumen dalam membeli yakni sebesar 63 orang atau (63%), Tempat pembelian, responden memilih kios sebanyak 49 orang atau (49%), Alasan mengkonsumsi telur ayam ras konsumen yang memilih bergizi sebanyak 62 orang (62%), Frekuensi konsumsi sebanyak 85 Orang atau (85%) responden mengkonsumsi telur seminggu sekali, Warna telur, sebanyak 88 orang atau (88%) responden memilih telur yang berwarna coklat, Ukuran telur, responden yang memilih ukuran berpengaruh sebanyak 60 orang atau (60%).

1. Proses pengambilan keputusan yang terdiri dari :

Para konsumen sadar dan tahu akan masalah gizi sebesar 72 %, Sumber informasi yang diperoleh mengenai telur adalah melalui koran dan majalan sebesar 36 %.dan evaluasi alternative akan telur ayam adalah harga sebesar 30 %, pengambil keputusan pembelian telur ditentukan oleh ibu sebesar 64 %.dan perilaku sesudah pembelian adalah sebesar 94 % suka membeli telur.

B. Saran

Saran yang dapat disampaikan dalam penelitian telur ayam ras yang berada di Kecamatan Kota Tengah Kota Gorontalo ini yaitu :

1. Perlu diadakan sosialisasi pemerintah tentang telur ayam ras bagi masyarakat akan pentingnya pemenuhan gizi yang baik, terutama untuk kalangan anak-anak , sehingga dapat memperbaiki gizi masyarakat.
2. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang perilaku konsumen yang berkaitan dengan telur ayam ras.