

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan data temuan dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai “*Eating Habits* sebagai Perubahan Perilaku Konsumen pada *Healthy Bakery* di Bandung”, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat perubahan perilaku konsumen dalam memilih produk *bakery*, namun tidak murni diakibatkan karena adanya COVID-19. Perubahan tersebut di dasari karena meningkatnya isu kesehatan ketika munculnya COVID-19. Perubahan perilaku konsumen dapat dilihat mulai dari identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi informasi, perilaku ketika pembelian dan pasca-pembelian. Secara umum perubahan yang terjadi pada setiap aspek adalah orientasi konsumen yang lebih memperhatikan sisi kesehatan dari suatu produk, sehingga menjadikan konsumen yang lebih selektif.
2. Kesadaran dan pengetahuan akan kesehatan yang terus meningkat menjadikan konsumen lebih memperhatikan nilai kesehatan dari suatu produk makanan termasuk produk *bakery*. Ada beberapa perubahan *eating habits* yang terjadi pada konsumen *healthy bakery*. Mulai dari yang membiasakan mengganti menu sarapan yang semula dengan nasi sekarang mengkonsumsi roti, tetapi tetap berorientasi pada makanan sehat sehingga lebih selektif dalam memilih produk roti. Konsumen juga terbiasa untuk memperhatikan komposisi, kandungan gizi atau nilai dari kalori roti tersebut. Jenis roti yang dipilih konsumen merupakan *healthy bread* seperti roti gandum, *sourdough*, roti vegan, *gluten-free*, dan lainnya. Kebanyakan konsumen *healthy bakery* mengkonsumsi roti sekali dalam sehari ketika pagi sebagai menu sarapan dengan kisaran porsi 1 sampai 2 *slices* roti untuk sekali makan.
3. *Eating habits* dapat terbentuk karena ada faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti faktor individu dan faktor sosial. Faktor individu yang dapat menjadi penyebab terbentuknya *eating habits*

adalah kebiasaan & pola makan sebelumnya, kegiatan, preferensi makanan, tingkat pengetahuan, waktu dan harga. Sedangkan untuk faktor sosial yang membentuk *eating habits* bersumber dari lingkungan sekitar, seperti *parental feeding behavior*, kebiasaan makan di rumah, sekolah, makan di luar, pengaruh teman (situasi lingkungan), dan tekanan dari media sosial. Selain kedua faktor tersebut, *eating habit* juga terbentuk karena dipicu oleh perbedaan jenis kelamin dan usia.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan data temuan yang didapatkan, peneliti memberikan saran terkait adanya perubahan *eating habits* kepada beberapa pihak terkait sebagai berikut:

1. Pelaku usaha *bakery* sebaiknya selalu memperhatikan perubahan perilaku konsumen termasuk perubahan *eating habits* yang terjadi dengan melakukan inovasi sesuai dengan kebutuhan konsumen dan memperluas pemasaran serta memberikan pengetahuan tentang manfaat mengkonsumsi *healthy bread* kepada konsumen, sehingga dapat menjaga loyalitas konsumen dan diharapkan dapat mendatangkan konsumen baru;
2. Kepada para pembaca, baik konsumen ataupun pelaku usaha diharapkan dengan adanya hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan menjadi dasar pengembangan pemanfaatan pengetahuan mengenai perubahan *eating habits*;
3. Kepada konsumen, diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu dalam mempertahankan atau bahkan meningkatkan kesadaran mengenai kebiasaan makan yang sehat.