

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa konsumen Surabaya lebih memilih membeli produk *gluten free* melalui *e-commerce* karena lebih praktis, mereka cenderung mempertimbangkan kualitas, penampilan, dan harga dari produk yang ditawarkan, dan mereka berminat mengonsumsi produk *gluten free* dengan *mindset healthy lifestyle*. Konsumen menganggap produk berlabel *gluten free* lebih sehat dan memiliki banyak manfaat bagi tubuh dibandingkan produk gluten, mereka juga berpersepsi bahwa akses untuk membeli produk *gluten free* di Surabaya masih sedikit. Sedangkan faktor yang membuat *gluten free* dapat diterima karena mereka ingin mencoba sesuatu yang baru saja. Hal ini membuktikan bahwa jenis perilaku konsumen yaitu *variety seeking behavior* dimana konsumen yang memiliki kebiasaan untuk mencoba atau membeli produk yang baru. Terakhir, faktor penolakan konsumen Surabaya terhadap makanan olahan *gluten free* adalah karena harga cenderung mahal dan variasi yang ditawarkan masih sedikit dan kebanyakan penduduk Surabaya belum mendapatkan edukasi tentang apa itu *gluten free* dan manfaatnya bagi tubuh.

5.2 Saran

Berikut saran-saran dari penulis yang diharapkan saran ini dapat bermanfaat kedepannya, yaitu untuk para peneliti selanjutnya lebih baik untuk memperluas dan memperbanyak responden agar hasil penelitian selanjutnya lebih akurat dan dapat mencakup perwakilan seluruh penduduk Surabaya dan untuk pengusaha *F&B* yang menjual atau yang ingin menjual produk *gluten free* penulis menyarankan untuk melakukan promosi dengan memberi informasi kepada konsumen tentang apa itu *gluten free* dan manfaatnya, membuat variasi yang menarik seperti produk olahan gluten lainnya.