

BAB V

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Simpulan

Dari analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan menggunakan SPSS sebagai alat analisis untuk menguji 7 hipotesis penelitian yaitu kesadaran konsumen terhadap niat beli produk hijau, konsekuensi individual terhadap niat beli produk hijau, harga premium terhadap niat beli produk hijau, afek ekologi terhadap niat beli produk hijau, pengetahuan ekologi dan kesadaran lingkungan terhadap niat beli produk hijau dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis 1, diperoleh hasil bahwa kesadaran lingkungan, kosekuensi lingkungan, harga premium, afek ekologi, pengetahuan ekoloi dan kesadaran lingkungan berpengaruh terhadap niat beli produk hijau, sehinggaa H1 diterima.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis 2, diperoleh hasil bahwa konsekuensi individual berpengaruh terhadap niat beli produk hijau, sehinggaa H2 diterima.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis 3, diperoleh hasil bahwa konsekuensi lingkungan tidak berpengaruh terhadap niat beli produk hijau, sehingga H3 ditolak.
4. Berdasarkan pengujian hipotesis 4, diperoleh hasil bahwa harga premium berpengaruh positif terhadap niat beli produk hijau, sehingga H4 diterima.

5. Berdasarkan pengujian hipotesis 5, diperoleh hasil bahwa afek ekologi tidak berpengaruh positif terhadap niat beli produk hijau, sehingga H5 ditolak
6. Berdasarkan hipotesis 6, diperoleh hasil bahwa pengetahuan ekologis tidak berpengaruh positif terhadap niat beli produk hijau, sehingga H6 ditolak.
7. Berdasarkan hipotesis 7, diperoleh hasil bahwa kesadaran lingkungan tidak berpengaruh positif terhadap niat beli produk hijau, sehingga H7 ditolak.

B. Saran

Dari berbagai data yang diperoleh maka peneliti menyarankan;

1. Bagi *The Body Shop*

Dalam penelitian ini diketahui bahwa faktor yang berpengaruh terhadap perilaku pembelian produk ramah lingkungan adalah konsekuensi individual dan harga. Maka dari itu peneliti menyarankan agar terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan berinovasi mengikuti tren terbaru dipasar namun tetap mengutamakan nilai-nilai lingkungan dan terus berkontribusi dalam kegiatan yang pro terhadap ramah lingkungan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku ramah lingkungan, misalnya: *personality* dan karakteristik demografi. Peneliti selanjutnya juga dapat

menggunakan metode lain dalam meneliti *green marketing*, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, atau dengan jalan eksperimen sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia. Selain itu, karena model dalam penelitian ini tidak dilakukan pengujian langsung antara variabel nilai, sikap, dan gaya hidup terhadap perilaku ramah lingkungan, maka disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan pengujian langsung untuk mengetahui pengaruh langsung dari ketiga variabel eksogen tersebut terhadap perilaku ramah lingkungan.

C. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah kurangnya referensi penelitian dari peneliti di Indonesia. Selain itu, peneliti merasa penelitian mengenai perilaku ramah lingkungan di Indonesia masih sangat jarang sehingga kebanyakan dari referensi dalam penelitian ini didapatkan dari jurnal asing yang memang lebih banyak menyajikan mengenai *green marketing* khususnya perilaku ramah lingkungan dimana penelitian atau sumber referensi asing seringkali tidak dapat disesuaikan dengan situasi dan kondisi di Indonesia.