

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Environmental concern* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepedulian seseorang terhadap lingkungan, semakin tinggi pula niat beli terhadap produk Ngelilin. Dengan demikian, hipotesis 1 atau H1 yang menyatakan *environmental concern* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* produk Ngelilin diterima.
- b. *Ecological knowledge* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang akan lingkungan, semakin tinggi pula niat beli terhadap produk Ngelilin. Dengan demikian, hipotesis 2 atau H2 yang menyatakan *ecological knowledge* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* produk Ngelilin diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat dikemukakan beberapa saran, baik secara akademis maupun praktis sebagai berikut:

a. Saran Akademis

Penelitian ini menjelaskan seberapa pengaruh *environmental concern* dan *ecological knowledge* terhadap *purchase intention* yaitu sebesar 53,80%, sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan penelitian lebih dalam mengenai variable-variabel lain yang mempengaruhi *purchase intention* yang tidak diteliti pada penelitian ini.

b. Saran Praktis

Produk Ngelilin yang ramah lingkungan sebaiknya ikut serta dalam berkontribusi untuk membantu memperbaiki lingkungan menjadi lebih baik, akan mengambil hati para konsumen yang peduli akan lingkungan. Strategi pemasaran untuk Ngelilin bisa dilakukan dengan cara *campaign* bertemakan tentang penghijauan atau kepedulian lingkungan akan menarik hati konsumen untuk membantu berkontribusi dalam mencegah kerusakan lingkungan. Indikator yang mempunyai pengaruh paling besar pertama adalah responden yang paham bahwa menjaga keseimbangan lingkungan adalah suatu keharusan, dari sini Ngelilin bisa menerapkan produk dan semua perlengkapan produk yang tidak menimbulkan sampah berbahaya bagi lingkungan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

- 1) Sampel pada penelitian ini hanya berjumlah 147 responden yang mengetahui produk Ngelilin, akan lebih baik jika diambil sampel lebih banyak agar hasil penelitian bisa lebih optimal.
- 2) Penelitian ini hanya memasukkan variabel *environmental concern* dan *ecological knowledge* terhadap *purchase intention* produk Ngelilin, sehingga masih banyak variabel bebas lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini.
- 3) Terdapat bias dalam *screening* pembagian kuisioner yang berisikan pertanyaan mengenai apakah anda peduli tentang lingkungan, yang tidak memiliki ukuran tertentu seberapa jauh seseorang itu peduli terhadap lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade, P. M., Ainin, A, Emawati, N.K.D., Dinda, T. N., Ghariza, A. Samara, Muhammad, A. S., Nurfatia, N., Nurizka, D., Senja, A. W. W., Sona, S., Zahra, A. F., dan Dadan. (2021). Upaya Penggantian Sampah Plastik dalam Pengemasan Komoditi Online Shop oleh Pelaku UMKM, *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 1, No. 2, Desember
- Aria, W. Y. (2021). Bahaya Lingkungan di Balik Maraknya Belanja *Online*. Diakses 10 Juni 2022, Pukul 01:21 WIB., di dapat dari <https://katadata.co.id/ariayudhistira/analisisdata/6143540c50b02/bahaya-lingkungan-di-balik-maraknya-belanja-online>
- Ayu S. R., I Putu G. S., dan I Gst. A. K. G.(2017). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Sikap Dan Niat Beli Produk “Hijau The Body Shop” Di Kota Denpasar. *E-jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 6, No. 1.
- Badan Pusat Statistika. (2019). Pengguna dan Tingkat Penetrasi *E-Commerce* di Indonesia 2017-2023
- Bagher, A., Salati, F., & Ghaffari, M. (2018). Factors Affecting Intention to Purchase Organic Food Products Among Iranian Consumers. *Academy of Marketing Studies Journal*, Vol. 22(3), No. 1–23.
- Devi, Y. R., Yolanda R., Dessy N. C., Qisthina A., Ratni P. L. (2017). Green brand image, green awareness, green advertisement, and ecological knowledge in improving green purchase intention and green purchase behavior on creative industry products, *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, Vol. 20, No. 2, August – November.
- Ghozali, Imam, 2016, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS23, Edisi Delapan, *Journal of Economics and Finance*, Semarang, Universitas Diponegoro.

- Ginting, R., & Ekawati, N. (2016). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Terhadap Niat Membeli Produk Hijau pada Merek “Attack” dengan Kepedulian Lingkungan sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 4
- Gusti, A. W. R., dan I Gusti, A. K. G. (2020). *Green Knowledge, Green Attitude, dan Environmental Concern* Berpengaruh Terhadap Niat Beli, *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 7.
- Hanjani, G. A., & Widodo, A. (2019). Minat Beli Konsumen: Dampak Green Brand dan Green Knowledge pada Perusahaan Nestle Indonesia. *Urnal Sekretaris & Administrasi Bisnis*, Vol. 3, No. 1
- Kotler, P., dan Keller, K.L., 2016, *Marketing Management*, England: Bristish Library Cataloguing-In-Publication Data
- Fisher, C., Bashyal, S., & Bachman, B. (2012). Demographic impacts on environmentally friendly purchase behaviors. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, Vol. 20, No.3
- Kusuma, E. I., Surya, J., & Suhendra, I. (2017). Pengaruh Strategi Green Marketing dan Pengetahuan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, Vol. 1, No. 1
- Lukiarti, M. M. (2019). Pengaruh Kepedulian Lingkungan dan Sikap Terhadap Minat Beli Produk Hijau. *Buletin Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 5 No. 1
- Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. (2020). Peningkatan Sampah Plastik dari Belanja Online dan Delivery Selama PSBB
- Michelle, L., Deddi, D. H., dan Merry, S. (2020). Perancangan Komunikasi Visual Pengenalan Manfaat Aromaterapi Bagi Kesehatan Melalui Produk Aromaterapi. *Jurnal DKV Adimarna, UKP*. Vol. 1, No. 16
- Ming, M. L. (2019). Pengaruh Kepedulian Lingkungan Dan Sikap

- Terhadap Minat Beli Produk Hijau, *Buletin Bisnis & Manajemen*, Vol. 5, No. 1, Februari.
- Onurlubas, E. (2018). The Mediating Role of Enviromental Attitude on the Impact of Enviromental Concern on Green Product Purchasing Intention. *University Library System*, Vol. 8 No. 2
- Riyanto, V., Sharon, B., & Sabrina, O. (2018). Peranan Ekolabel dalam Niat Pembelian: Suatu Studi Empiris pada Merek The Body Shop. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 8 No. 3
- Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional. (2021). Data Jumlah Timbunan Sampah Nasional.
- Sugiyono, P.D., 2019, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Tania, A., Miryam, A. S., Sarah, F. Y. (2022). Environmental Attitude Generasi Z dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Green Product. *Jurnal Manajemen dan Sains*, Vol. 7, No. 1.
- Tang, Y., Wang, X., & Lu, P. (2014). Chinese Consumer Attitude and Purchase Intent Towards Green Products. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, Vol. 6, No. 2
- Teng, C. C., & Wang, Y. . (2015). Decisional factors driving organic food consumption. *British Food Journal*, Vol. 117, No. 3
- Yatish, J. (2020) Investigating the Influence of Spirituality, Environmental Concern and Ecological Knowledge on Consumers' Green Purchase Intention. *A Journal of Management, Ethics, and Spirituality*, Vol.9 No. 2, Maret
- Yadav, S. K., Khandelwal, U., & Tripathi, V. (2017). Determinants of Green Purchase Intention: An Empirical Study in India. *International Journal on Customer Relations*, Vol. 5 No. 2

Yong, N. L., Ariffin, S. K., Nee, G. Y., & Wahid, N. . (2017). A Study of Factor Influencing Costumer's Purchase Intention Toward Green Vehicles: Evidence from Malaysia. *Global Business and Management Research*, Vol. 9 No. 4

Vika, A. D. (2022) Timbunan Sampah Nasional Capai 21,45 Juta Ton pada 2021, Jawa Tengah Terbanyak. Diakses 20 Juli 2022, Pukul 18:00 WIB, di dapat dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/08/timbunan-sampah-nasional-capai-2145-juta-ton-pada-2021-jawa-tengah-terbanyak>