

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari Pengaruh *Attitude Toward Green Packaging*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* terhadap *Purchase Intention* Produk *Green Packaging* Ngelilin, dapat disimpulkan sebagai berikut;

1. *Attitude Toward Green Packaging* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*.
2. *Subjective Norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*.
3. *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Penelitian ini memiliki keterbatasan dan kekurangan namun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi sebagai informasi tambahan untuk penelitian berikutnya. Peneliti berikutnya diharapkan dapat mengembangkan dan mendalami variabel-variabel yang belum tercantum seperti *environmental concern*, *willingness to pay*, atau *environmental knowledge* untuk memperluas pengetahuan mengenai pengaruh *Attitude Toward Green Packaging*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* terhadap *Purchase Intention*.

5.2.2. Saran Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak masukan dan menjadi bahan pertimbangan untuk pengembangan perusahaan Ngelilin. Ngelilin diharapkan untuk tetap mempertahankan konsep kemasan ramah lingkungan yang saat ini sudah diterapkan dan memperkuat branding perusahaan agar semakin dikenal masyarakat. Selain itu, edukasi-edukasi mengenai kemasan ramah lingkungan juga diharapkan semakin sering diberikan kepada konsumen melalui media sosial Ngelilin untuk mendorong masyarakat untuk menggunakan kemasan ramah lingkungan dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan kelestarian lingkungan. Perusahaan Ngelilin diharapkan dapat

berfokus membangun persepsi calon konsumen akan penggunaan kemasan ramah lingkungan dari produk Ngelilin yang dapat membantu menjaga kesejahteraan lingkungan dalam jangka panjang. Peneliti berharap perusahaan Ngelilin dapat memperhatikan peluang yang ada dan terus berinovasi untuk mengembangkan perusahaan Ngelilin di masa yang akan datang.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Sample yang diambil hanya terbatas pada lingkup Kota Surabaya karena produk Ngelilin hanya tersedia di Kota Surabaya sehingga cakupan penelitian ini cukup terbatas. Selain itu, dalam uji normalitas data tidak tersebar dengan normal namun bukan dikarenakan data *outlier*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Suroso, A., Suwandari, L. (2019) *Intention Towards Green Products Consumption For Millennial Generation, International Conference on Rural Development and Entrepreneurship 2019: Enhancing Small Business dan Rural Development Toward Industrial Revolution 4.0*, Vol 5, No 1, 2019.
- Arli, D., Tan, L. P., Tjiptono, F., Yang, L. (2018). Exploring consumers; purchase intention towards green products in an emerging market: The role of consumers' perceived readiness, *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 42, No. 4, 2018: pp. 389-401.
- Auliandri, T. A., Armanu, Rohman, F., Rofiq, A. (2018). *Does Green Packaging Matter As A Business Strategy? Exploring Young Consumer's Consumption In An Emerging Market. Problem and Perspectives in Management*, Vol. 16, Issues 2, 2018
- Cornish, K. (2020). The Benefits of Scented Candles According to a Psychotherapist. Diakses 21 Mei 2022, pukul 13:45 WIB., didapat dari <https://gc4women.org/2020/07/09/candle-benefits/>
- Ellis, J.L. 2013. A standard for test reliability in group research. *Behav Res Vol 1. No. 45 (16-24)*.
- Ghozali., 2019. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26. Edisi 10.
- Ginanjar, D. (2021) Akibat Pandemi, Tingkat Stres Masyarakat Indonesia Naik Jadi 75 Persen. Diakses 08 Oktober 2022, pukul 19:07, didapat dari <https://www.jawapos.com/kesehatan/06/10/2021/akibat-pandemi-tingkat-stres-masyarakat-indonesia-naik-jadi-75-persen/>
- Gu, S. dan Wu, Y. (2019) Using the Theory of Planned Behaviour to Explain Customers' Online Purchase Intention, *World Scientific Research Journal*, Vol. 5, No. 9, 2019.
- Hasan, H. N., Suciarto, S. (2020). The Influence of Attitude, Subjective Norm and Perceived Behavioral Control towards Organic Food

Purchase Intention, *Journal of Management and Business Environment*, Vol. 1, No. 2, 2020.

- Hasibuan, L. M. (2018). Pengaruh *Green Product, Green Packaging, Green Advertising Terhadap Green Purchase Intention* Karyawan Dengan *Intervening Green Satisfaction Dan Green Trust* Di Kantor Direksi PTPN II
- Kashif, M., & Rani, T. (2021). Customers' Attitude Towards Green Packaging: A Case of Sapphire, Pakistan. *Journal of Marketing Strategies*, 3(1), 1 - 28.
- Koch, J., Frommeyer, B., Schewe, G. (2022). Managing the transition to eco-friendly packaging – An investigation of consumers' motives in online retail.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed., Vol. 2). Erlangga.
- Malhotra, Naresh K. (2006). *Marketing Research An Applied Orientation*. Prentice Hall, United State Of America.
- Nguyen Anh Thu, Lukas Parker, Linda Brennan, Simon Lockrey, *A consumer definition of eco-friendly packaging*, *Journal of Cleaner Production* (2019), <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119792>
- Nurhati, I. S. (2020). Peningkatan Sampah Plastik dari Belanja Online dan Delivery Selama PSBB. Diakses pada 16 Juli 2022, pukul 20:09 WIB, didapat dari <http://lipi.go.id/berita/peningkatan-sampah-plastik-dari-belanja-online-dan-delivery-selama-psbb/22037>
- Percetakan Dimensi (2020). Mengapa Perusahaan Harus Menggunakan Kemasan Produk Ramah Lingkungan. Diakses pada 14 September 2022, pukul 12:54 WIB, didapat dari <https://percetakandimensi.co.id/mengapa-perusahaan-harus-menggunakan-kemasan-produk-ramah-lingkungan/>
- Prakash, G., & Pathak, P. (2017). Intention To Buy Eco-Friendly Packaged Products Among Young Consumers of India: A Study on Developing Nation, *Journal of Cleaner Production*.

- Qi, X.& Angelika, A. P. (2019). Explaining consumers' intentions towards purchasing green food in Qingdao, China: The amendment and extension of the theory planned behavior, *Appetite*.
- Rachbini, W. (2018). The Relationship of Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control on Halal Food Purchasing Behavior in Jakarta, *Journal of Business and Management*, Vol. 20, No. 2. Ver. III, 2018: pp. 01-10.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (Vol. 7). Jakarta: Indeks.
- Singh, P. K., Bhargava B. K., Paprzycki, M., Kaushal, N. C., Hong, W. C. (2020). *Handbook of Wireless Sensor Networks: Issues and Challenges in Current Scenario's*.
- Sugiyono. (2011). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung.
- Sujarweni, V. W., (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Susanto, R. K., Sahetapy, W. L. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Produk Levi's Pada Generasi Milenial, *AGORA*, Vol. 9, No. 2, 2021.
- Tano, D. G., Mendez, J. H., Diaz-Armas, R. (2021). An Extended Theory of Planned Behaviour Model to Predict Intention to Use Bioplastic, *Journal of Social Marketing*, Vol. 12, No.1, 2022: pp. 5-28.
- Trislianto, D. A., 2015, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Valentin, A. P. M. (2021). *Predicting Sustainable Consumption Of Package-Free Bath Products Among Students In Higher Education Institutions*, *International Journal of Sustainability in Higher Education*, Vol. 22, No. 7, 2021: pp. 1753-6370.

- Wahyuni, T. A., Winardi, A. D. (2022). Mengerikan, Indonesia Sudah Darurat Sampah Plastik: Sehari Mencapai 64 Juta Ton, Nomor Dua Terbesar di Dunia. Diakses pada 26 Mei 2022, pukul 21:45 WIB., didapat dari <https://voi.id/bernas/137477/mengerikan-indonesia-sudah-darurat-sampah-plastik-sehari-mencapai-64-juta-ton-nomor-dua-terbesar-di-dunia#:~:text=Berdasarkan%20data%20yang%20diperoleh%20dari,plastik%20yang%20dibuang%20ke%20laut.>
- Wandosell, G.; Parra-Meroño, M.C.; Alcayde, A.; Baños, R. Green Packaging from Consumer and Business Perspectives. *Sustainability* 2021, 13, 1356.
- Wee, C. S., Ariff, M. S. B. M., Zakuan, N., Tajudin, M. N. M., Ismail, K., Ishak, N. (2014). Consumers Perception, Purchase Intention and Actual Purchase Behavior of Organic Food Products, *Review of Integrative Business and Economics Research*, Vol. 3, No. 2, 2014: pp. 378-391.
- Yang, Z., Luo, Y., Zhou, Q., Chen, F., Xu, Z., Ke, L., Wang, Y. (2022). COVID-19-related stressor and depression in Chinese adolescents: The effect of life history strategies and gender.