

BAB V

PENUTUP

Pembahasan bab ini merupakan hasil simpulan dari pembahasan yang dijabarkan oleh bab-bab sebelumnya terkait pengaruh pengetahuan hijau, norma subjektif, dan kepedulian lingkungan terhadap niat beli produk ramah lingkungan. Bagian ini juga disajikan saran-saran penulis untuk beberapa pihak terkait.

5.1 Simpulan

Berikut merupakan simpulan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya.

1. Hasil penelitian memperlihatkan jika terdapat pengaruh antara pengetahuan hijau (X_1), norma subjektif (X_2), dan kepedulian lingkungan (X_3) terhadap niat beli produk ramah lingkungan (Y), sesuai hasil nilai uji regresi linier berganda yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian, disimpulkan bahwa antar variabel memiliki pengaruh yang signifikan, sehingga hipotesis penelitian diterima. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh antara pengetahuan hijau, norma subjektif, dan kepedulian lingkungan terhadap niat beli produk ramah lingkungan merupakan pengaruh dalam kategori moderat.
2. Temuan pada penelitian ini memperlihatkan jika terdapat kesesuaian antara variabel-variabel yang diuji dengan dasar teori dalam penelitian ini, yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA), jika niat beli perilaku konsumen didasari oleh dua hal, yaitu perilaku atau sikap yang dimiliki individu (*attitudes*) dan sesuatu yang berasal dari pengaruh lingkungan sosial (*subjective norms*).

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, peneliti memiliki beberapa saran bagi beberapa pihak terkait. Saran-saran tersebut kemudian dibagi ke dalam saran secara teoritis, praktis, dan sosial.

5.2.1 Saran secara Teoritis

Hasil temuan memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh pada variabel pengetahuan hijau, norma subjektif, dan kepedulian lingkungan terhadap variabel niat beli produk ramah lingkungan dengan persentase sebesar 53,7%. Namun, peneliti selanjutnya masih dapat menggali lebih jauh mengenai sikap atau perilaku (*attitudes*) yang lain yang dapat digunakan sebagai variabel independen. Peneliti selanjutnya dapat meninjau lebih jauh mengenai sikap yang dapat memprediksi niat beli produk ramah lingkungan.

5.2.2 Saran secara Praktis

Industri modern menjadi salah satu faktor penyebab kerusakan lingkungan. Oleh karena itu, saran secara praktis yang dapat diberikan oleh peneliti adalah diharapkan pihak industri modern mulai memikirkan dampak produksi barang atau produk mereka terhadap lingkungan hidup. Diharapkan industri modern mulai memberikan perhatian lebih pada isu-isu lingkungan lantaran banyak konsumen yang sudah mempertimbangkan pembelian produk ramah lingkungan ketimbang produk konvensional biasa.

5.2.3 Saran secara Sosial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa niat beli produk ramah lingkungan yang dimiliki oleh masyarakat cukup tinggi. Oleh karena itu, diharapkan bagi masyarakat umum khususnya Generasi Z dan Milenial agar dapat lebih peduli pada permasalahan lingkungan dan dapat mengendalikan perilaku konsumsi mereka pada pembelian produk yang hendak mereka gunakan. Selain itu, masyarakat diharapkan dapat menjadi masyarakat yang lebih bijak dalam perilaku konsumsinya.