

BAB V

PENUTUPAN

5.1. Kesimpulan

Dilakukannya penelitian adalah bertujuan menguji dan mengetahui pengaruh dari Pengetahuan Keberlanjutan Lingkungan dan *Eco-Labeling* terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Sikap. Diawali dengan adanya berbagai permasalahan lingkungan yang disebabkan sebuah produk dari awal produk tersebut diproduksi dan selesai dikonsumsi, khususnya dampak yang disebabkan oleh keberadaan produk garmen atau tekstil, lebih tepatnya adalah jeans. Terlebih keberadaan label ramah lingkungan pada produk jeans yang dimana produk yang diteliti disini adalah produk dari merek Nudie Jeans, peneliti mendapatkan hasil penelitian yang dilakukan dengan beberapa kesimpulan dari hasil-hasil yang telah diperoleh. Penelitian ini dilakukan di Tangerang Selatan dengan sebaran responden di daerah Jabodetabek yang berjumlah 140 responden menggunakan *google form* dan melalui disebarluaskan secara *online* melalui media sosial, dan disimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam pengujian Pengetahuan Keberlanjutan Lingkungan terhadap Sikap, hasil yang disampaikan sebelumnya mengartikan bahwa H₀ ditolak sedangkan H₁ diterima yang menunjukkan bahwa Pengetahuan Keberlanjutan Lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap.
2. Dalam pengujian *Eco-Labeling* terhadap Sikap, hasil yang disampaikan sebelumnya mengartikan bahwa H₀ ditolak sedangkan H₁ diterima yang menunjukkan bahwa *Eco-Labeling* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap.
3. Dalam pengujian Sikap terhadap Keputusan Pembelian, hasil yang disampaikan sebelumnya mengartikan bahwa H₀ ditolak sedangkan H₁ diterima yang menunjukkan bahwa Sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan kesimpulan yang ditetapkan dari hasil yang telah diperoleh pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa seluruh hipotesis pada penelitian ini

diterima. Dengan kata lain pengaruh setiap variabel eksogen atau independen terhadap variabel endogen atau dependen berpengaruh positif dan signifikan. Selain itu variabel Sikap pada penelitian ini berperan baik sebagai variabel mediasi yang menghubungkan variabel Pengetahuan Keberlanjutan Lingkungan dan variabel *Eco-Labeling* sebagai variabel eksogen atau independen dengan variabel Keputusan Pembelian sebagai variabel endogen atau dependen. Maka dapat diketahui, pengetahuan konsumen terkait keberlanjutan lingkungan yang dimana termasuknya keberadaan sebuah produk dan keberadaan label ramah lingkungan pada produk Nudie Jeans dapat mempengaruhi sikap yang dimiliki konsumen yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian mereka berdasarkan beberapa pertimbangan.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Setiap penelitian tentu saja memiliki kekurangan yang dimana dapat berasal dari adanya keterbatasan akibat berbagai faktor. Kekurangan dari penelitian antara lain:

1. Proses persebaran kuesioner pada penelitian ini dilakukan melalui media sosial sehingga sebaran responden di daerah Jabodetabek tidak merata dan hanya didominasi dari beberapa daerah yang ada di Jabodetabek.
2. Ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan melalui rumus total indikator yang dikalikan sepuluh sehingga ukuran sampel sebesar 140 responden. Sehingga jumlah populasi sebenarnya dari pengguna atau konsumen yang mengetahui objek yang diteliti tidak tercapai seutuhnya.
3. Variabel yang dibahas untuk menentukan Keputusan Pembelian pada penelitian ini hanya terkait dengan dua variabel independen yaitu Pengetahuan Keberlanjutan Lingkungan dan *Eco-Labeling*, sedangkan beberapa faktor objek penelitian tidak disebutkan dalam penelitian ini.

5.3. Saran

Saran dalam penelitian bertujuan untuk penelitian selanjutnya yang akan dilakukan, selain itu terdapat manfaat dari saran yang juga berguna untuk perusahaan yang diambil dari kesimpulan penelitian, saran dari peneliti yaitu:

1. Saran Penelitian Selanjutnya
 - a. Agar sebaran responden di suatu wilayah dapat disebarakan secara merata, pengambilan data dapat dilakukan dengan dukungan dan relasi dari setiap wilayah kecil dalam wilayah yang diteliti.
 - b. Sampel pada penelitian hanya berjumlah 140 responden yang dimana penambahan responden disarankan dan dilakukan secara spesifik berdasarkan karakteristik responden.
 - c. Untuk mengetahui tingkat Keputusan Pembelian dari produk Nudie Jeans, penambahan faktor atau variabel lain disarankan untuk mendapatkan hasil akurat yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian dari objek yang diteliti.
2. Saran Untuk Perusahaan
 - a. Penggunaan *eco-label* yang lebih simbolis dan *iconic* agar dapat mudah dikenali dan diingat oleh konsumen.
 - b. Penempatan *eco-label* yang lebih mudah ditemukan agar konsumen dapat mengetahui bahwa produk bersifat ramah lingkungan.
 - c. Dari banyaknya permasalahan lingkungan dari suatu produk, pemasaran yang lebih kuat dan kampanye terkait produk ramah lingkungan disarankan makin digencarkan.
3. Saran Untuk Konsumen
 - a. Memahami dampak dari suatu produk dari hulu hingga hilir yang dimana dari proses produksi hingga pasca konsumsi.
 - b. Memahami keberadaan dan informasi dari *eco-label* dari suatu produk ramah lingkungan untuk mengurangi kerusakan lingkungan
 - c. Mengetahui dan memahami bahwa dampak buruk dari suatu produk terhadap lingkungan tidak hanya disaat pemakaian dan pasca pemakaian.