

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan analisis data primer mengenai pengetahuan lingkungan dan kepercayaan produk hijau terhadap minat beli produk ramah lingkungan perawatan kulit organik Herborist di Jakarta, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pernyataan hipotesis pertama (H_1) diterima. Variabel pengetahuan lingkungan berpengaruh positif terhadap minat beli produk ramah lingkungan perawatan kulit organik Herborist di Jakarta.

2. Pernyataan hipotesis kedua (H_2) diterima. Variabel kepercayaan produk hijau berpengaruh positif terhadap minat beli produk ramah lingkungan perawatan kulit organik Herborist di Jakarta.

5.2 Implikasi

Hasil dari analisis data menyatakan pada variabel pengetahuan lingkungan paling banyak menjawab tidak setuju 39 responden dengan presentase 19,5%, dan untuk variabel kepercayaan produk hijau paling banyak menjawab tidak setuju 36 responden dengan presentase 18%, dan untuk variabel minat beli produk ramah lingkungan paling banyak menjawab tidak setuju 20 responden dengan presentase 10%. Oleh karena itu, masih ada responden yang belum memiliki pengetahuan lingkungan yang cukup dan masih ada beberapa responden yang belum mempercayakan pilihannya kepada produk Herborist, hal ini juga dibuktikan dengan masih ada responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 20 responden dengan presentase 10% untuk variabel minat beli produk ramah lingkungan. Maka untuk meningkatkan pengetahuan lingkungan, Herborist diharapkan meningkatkan promosinya agar masyarakat memiliki pengetahuan lingkungan dan pengetahuan terhadap produk-produk Herborist.

Sedangkan untuk meningkatkan kepercayaan produk hijau, Herborist diharapkan mampu membuktikan bahwa produk-produknya terpercaya dan aman sehingga tidak kalah dengan pesaing sejenis.

5.3. Saran

5.3.1 Saran Praktis

1. Untuk meningkatkan pengetahuan lingkungan masyarakat, Herborist diharapkan menggunakan simbol-simbol ramah lingkungan pada kemasannya agar masyarakat memiliki pengetahuan terhadap lingkungan.
2. Untuk meningkatkan kepercayaan produk hijau, Herborist diharapkan mampu membuktikan produk-produknya terpercaya dan aman dengan adanya nomor BPOM dan sertifikat bahwa produk-produk Herborist telah teruji klinis.

5.3.2 Saran Teoretis

- a. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda dengan produk ramah lingkungan lainnya yang ada di wilayah Jakarta maupun di luar wilayah Jakarta. Responden dalam penelitian ini mayoritas 17-25 tahun dan bisa digeneralisasikan dengan usia di atas/di bawah 17-25 tahun.
- b. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan mengambil ruang lingkup dan jumlah responden yang lebih luas sehingga akan mendapatkan tanggapan yang berbeda dari setiap responden.
- c. Dalam penelitian mendatang, dapat dilakukan penambahan variabel penelitian yang mempengaruhi minat dengan kombinasi yang lebih beragam. Misalnya, penambahan variabel *green brand image*, *green promotions*, *green companies*, *green perceived value*, dan *green perceived risk* sehingga dapat memperkaya variasi dalam penelitian.

5.4 Keterbatasan Penelitian