

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa kepedulian lingkungan berpengaruh positif terhadap niat beli. **Diterima.** Karena hasil pengujian model ini memiliki C.R (*critical ratio*) sebesar 5,343, lebih besar dari 1,96 yang berarti ada pengaruh dalam hubungan antara sikap, lalu *standardize total effects* 0,595, menunjukkan bahwa kepedulian lingkungan berpengaruh positif terhadap niat beli. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika kepedulian lingkungan menjadi penyebab timbulnya niat beli atau penggunaan The Body Shop Mal Central Park Jakarta.
2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa kepedulian lingkungan berpengaruh positif terhadap sikap. **Diterima.** Karena hasil pengujian model ini memiliki C.R (*critical ratio*) sebesar 4,803, lebih besar dari 1,96 yang berarti ada pengaruh dalam hubungan antara variabel sikap dengan niat beli, lalu *standardize total effects* 0,514, menunjukkan bahwa kepedulian lingkungan berpengaruh positif terhadap sikap. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika kepedulian lingkungan menjadi penyebab timbulnya sikap membeli atau penggunaan The Body Shop Mal Central Park Jakarta.
3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap niat beli. **Diterima.** Karena hasil pengujian model ini memiliki dan C.R (*critical ratio*) sebesar 5,143, lebih besar dari 1,96 yang berarti ada

pengaruh dalam hubungan antara variabel kepedulian lingkungan dengan niat beli, lalu *standardize total effects* 0,805, menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap niat beli. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika sikap menjadi penyebab timbulnya niat beli atau penggunaan The Body Shop Mal Central Park Jakarta.

4. Hipotesis keempat menyatakan bahwa kepedulian lingkungan berpengaruh positif terhadap niat beli melalui sikap sebagai *intervening*. **Diterima.** Karena hasil pengujian model ini memiliki dan C.R (*critical ratio*) sebesar 6,581, lebih besar dari 1,96 lalu *standardize total effects* 0,618, menunjukkan bahwa kepedulian lingkungan berpengaruh positif terhadap niat beli melalui sikap. Sehingga, dapat diambil kesimpulan kepedulian lingkungan menjadi penyebab timbulnya sikap yang diambil yaitu niat beli atau penggunaan The Body Shop Mal Central Park Jakarta.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

1. Setelah melihat hasil kuesioner yang diisi oleh responden, pada tabel IV.5 hasil variabel kepedulian lingkungan terdapat indikator yang memiliki nilai yang kurang baik, yaitu pernyataan “Khawatir akan dampak negatif dari produk terhadap lingkungan.” memiliki hasil sangat tidak setuju (STS) dan tidak setuju (TS) terbanyak dengan total 13 responden.

2. Selanjutnya pada tabel IV.6 hasil variabel sikap terdapat indikator yang memiliki nilai yang kurang baik, yaitu pernyataan “Menggunakan produk The Body Shop yang ramah lingkungan adalah hal yang bijak” memiliki hasil sangat tidak setuju (STS) dan tidak setuju (TS) terbanyak dengan total 9 responden.
3. Terakhir pada tabel IV.7 hasil variabel niat beli terdapat indikator yang memiliki nilai yang kurang baik, yaitu pernyataan “Akan beralih ke produk perawatan merek The Body Shop apabila ingin berganti produk perawatan” memiliki hasil sangat tidak setuju (STS) dan tidak setuju (TS) terbanyak dengan total 12 responden.

Secara umum, The Body Shop sudah terkenal sebagai produk ramah lingkungan yang baik. Pihak pengelola harus dapat mempertahankan citra perusahaan lebih baik dengan tetap memperhatikan bahan alami yang diproduksi lagi apabila bila pihak pengelola lebih meningkatkan konsep ramah lingkungan dengan cara iklan di beberapa media cetak dan elektronik dan menyelenggarakan beberapa acara, seperti mengikuti pameran dan menjadi salah satu sponsor acara dengan memperdalam pengetahuan calon konsumen dan menanam image The body Shop ramah lingkungan agar para calon konsumen dan konsumen khawatir akan dampak negatif pada lingkungan dan dapat memilih sikap lebih baik lagi dalam memilih produk perawatan yang ramah lingkungan. Hal itu pun harus selaras dengan produk yang ditawarkan agar para calon konsumen dengan

bijak merasa antusias membeli atau menggunakan The Body Shop ramah lingkungan. Niat beli dalam penelitian ini menunjukkan hasil positif, dengan menanamkan sikap peduli pada lingkungan dapat memberikan suatu yang berbeda agar menarik calon pengunjung The Body Shop.

5.2.2 Saran teoritis

Penelitian ini dapat dilakukan lagi dengan menggunakan variabel lain walaupun dengan objek penelitian yang sama. Agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain mempengaruhi niat beli selain variabel kepedulian lingkungan dan variabel sikap yang didukung oleh teori dan isu-isu terbaru dan diharapkan untuk memperluas ruang lingkup wilayah penelitian dan lokasi penelitian sehingga dapat diimplementasikan karena perlu disadari, bahwa hasil penelitian ini tidak bersifat mutlak dan abadi, hal itu karena penelitian akan selalu mengikuti perkembangan zaman, ruang, dan waktu. Penelitian juga dapat diperdalam dengan menambahkan data-data dan referensi yang lebih akurat dari beberapa sumber.