

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sikap terbukti berpengaruh positif terhadap Perilaku Diri yang Dilakukan pada The Body Shop Tunjungan Plaza Surabaya. Kesimpulannya adalah perilaku diri yang diberikan oleh konsumen pada suatu produk dapat muncul dengan sendirinya. Munculnya suatu perilaku diri mereka dapat dilihat dari kealamian suatu produk dan sikap dari toko itu sendiri. Maka, hipotesis pertama dari penelitian ini diterima.
2. *Norma* Personal terbukti berpengaruh positif terhadap Perilaku Diri yang Dilakukan pada The Body Shop Tunjungan Plaza Surabaya. Kesimpulannya adalah norma pribadi yang diberikan oleh konsumen pada suatu produk dapat muncul dan norma tersebut yang dapat membuat konsumen membandingkan antara satu produk dengan yang lainnya. Sehingga perilaku diri yang diberikan oleh konsumen akan terlihat dengan sendirinya dari norma pribadi yang diberikan pada suatu produk dan toko tersebut. Maka, hipotesis kedua dari penelitian ini diterima.

3. Kesiediaan Seseorang untuk Membayar berpengaruh positif terhadap Perilaku Diri yang Dilakukan pada The Body Shop Tunjungan Plaza Surabaya. Kesimpulannya adalah keinginan lebih untuk membayar yang diberikan oleh konsumen pada suatu produk dapat muncul dengan sendirinya apabila sebuah produk yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan atau dibayarkan. Munculnya suatu perilaku diri mereka dapat dilihat dari kealamian suatu produk yang diberikan dan sikap dari toko itu sendiri. Maka, hipotesis ketiga dari penelitian ini diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah dikemukakan dapat diajukan saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademik

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti lebih lanjut yang berkaitan dengan pengaruh Sikap, Norma Personal, Kesiediaan Seseorang untuk Membayar terhadap Perilaku Diri yang Dilakukan dan diharapkan untuk kedepannya ada minat dari para peneliti dalam meneliti variabel Sikap, Norma Personal, Kesiediaan Seseorang untuk Membayar dan Perilaku Diri yang Dilakukan semakin banyak agar dapat lebih mendalami studi mengenai Sikap, Norma Personal,

Kesediaan Seseorang untuk Membayar dan Perilaku Diri yang Dilakukan.

5.2.2 Saran Praktik

1. Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Diri yang Dilakukan. Tetapi tanggapan dari variabel Sikap yang paling rendah menurut responden adalah Sikap terhadap mode membawa perubahan positif yang diberikan The Body Shop. Untuk itu saran yang diberikan adalah pihak dari The Body Shop untuk lebih memasarkan produk mereka karena masih banyak konsumen atau masyarakat yang belum mengenal atau bahkan tidak menyadari bahwa The Body Shop adalah produk yang mengusung program pemasaran hijau. Sebagian Konsumen akan memutuskan membeli produk ramah lingkungan karena mereka prihatin dengan global warming yang semakin parah
2. Norma Personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Diri yang Dilakukan. Tetapi tanggapan dari variabel Norma Personal yang paling rendah menurut responden adalah The Body Shop membuat konsumen sadar untuk memilih produk yang alami dan memenuhi standart kecantikan yang diberikan The Body Shop. Untuk itu saran yang diberikan adalah sebaiknya pihak dari The Body Shop ada kalanya menurunkan harga yang premium tersebut disaat memiliki kendala dalam pemasaran konsep penerapan hijau

agar konsumen lebih tertarik dan loyal terhadap The Body Shop. Perusahaan The Body Shop sebaiknya mengadakan perubahan produk dan inovasi secara berjangka agar konsumen tidak jenuh dan tidak akan berpaling terhadap produk kosmetik lainnya yang lebih rendah.

3. Kesiediaan Seseorang untuk Membayar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Diri yang Dilakukan. Tetapi tanggapan dari variabel Kesiediaan Seseorang untuk Membayar yang paling rendah menurut responden adalah The Body Shop membuat konsumen bersedia untuk membayar lebih produk untuk kemasan ramah lingkungan. Untuk itu saran yang diberikan adalah pihak dari The Body Shop sebaiknya The Body Shop memberikan kampanye yang nyata bukan sekedar kampanye.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ajzen, I.,1991. *The theory of planned behavior*. *Organ. Behav. Hum. Decis. Process.* 50, 179–221.
- Ajzen, I.,2002. *Perceived behavioral control, self- efficacy, locus of control,and the theory of planned behavior*. *J. Appl. Social Psychol.* 32 (4), 665–683.
- Alicia. K,(2016). *Peranan Sikap, Norma Subyektif, serta PBC (Perceived Behavioral Control) Terhadap Intensi Melanggar Peraturan Lalu Lintas Pada Pengemudi*.
- Bamberg, S., 2003. *How does environmental concern influence specific environmentally related behaviors? An ew answer to an old question*.*J.Environ. Psychol.*23(1),21–32.
- Bamberg, S., Möser, G., 2007.*Twenty years after Hines, Hungerford ,and Tomera:a new meta analysis of psycho social determinants of pro environmental behaviour*. *J. Environ. Psychol.* 27 (1) ,14–25.
- Binus, (2014). “*Uji Validitas dan Reliabilitas* “ (binus. ac. id/ 2014/ 11/ 01/ u- j- i- v- a- l- i- d- i- t- a- s- d- a- n- u- j- i- r- e- l- i- a- b- i- l- i- t- a- s/)(diakses 6 Mei 2018)
- Davies, J., Foxall, G.R., Pallister, J., 2002. *Beyond the intention–behaviour my thology: an integrated model of recycling*. *Mark. Theory*2 (1),29–113.
- Diekmann, A., Preisendörfer, P., 2003. “*Green and green back: the behavioral effects of environmental attitudes in low-cost and high- cost situations*.” *Ration. Soc.* 15 (4), 441–472.
- Gadema, Z., Oglethorpe, D., 2011. *The use and usefulness of carbon labelling food: a policy perspective from a survey of UK supermarket shoppers*. *Food Policy* 36, 815–822.
- Gupta, S., Ogden, D. T., 2009. *To buy or not to buy? Asocial dilemma perspective on green buying*. *J.Consum. Mark.*26(6),376–391.

- Hestianingsih, (2011).”4 *Produk Kosmetik dengan Konsep Ramah Lingkungan.*”(https://m.detik.com/wolipop/read/2011/10/03/163304/1735813/1139/4-produk-kosmetik-dengan-konsep-ramah-lingkungan) (diakses tanggal 1 Febuari 2018)
- Hukmas, (2017). “*Badan Pom Berantas Obat Dan Makanan Ilegal Di Jawa Barat.* (https://www.pom.go.id/mobile/index.php/view/pers/360/BADAN-POM-BERANTAS-OBAT-DAN-MAKANAN-ILEGAL-DI-JAWA-BARAT.html) (diakses tanggal 1 Febuari 2018)
- Jansson, J., Marell, A., Nordlund, A., 2010. *Green consumer behavior: determinants of curtailment an decoinnovation adoption.* *J. Consum. Mark.* 27 (4), 358–370.
- Laptah, (2016). *Laporan tahunan BPOM 2016 : BBPOM Yogyakarta.* Vol 1. page, 35-59.
- Lavorata, L., 2014. *Influence of retailers’ commitment to sustainable development on store image, consumer loyalty and consumer boycotts: proposal for a model using the theory of planned behavior.* *J. Retail. Consum. Serv.* 21 (6), 1021–1027.
- Lombart, C., Louis, D., 2014. *A study of the impact of corporate social responsibility and price image on retailer personality and consumers' reactions (satisfaction, trust and loyalty to the retailer).* *J. Retail. Consum. Serv.* 21 (4), 630– 642.
- Maignan, I., Ferrell, O. C., 2001. *Antecedents and benefits of corporate citizenship: an investigation of French businesses.* *J. Bus. Res.* 51 (1), 37–51.
- Menguc, B., Ozanne, L. K., 2005. *Challenges of the “green imperative”: anatural resource-based approach to the environmental orientation business performance relationship.* *J. Bus. Res.* 58 (4), 430– 438.

- Moru.M, (2012). *Environmentally Friendly Processes*. (<http://marghaijo.blogspot.co.id/2012/11/environmentally-friendly-processes.html>) (diakses tanggal 15 Januari 2018)
- Moser, A. K., 2015. *Thinking green, buying green? Drivers of pro-environmental purchasing behavior*. *J. Consum. Mark.* 32 (3), 167–175
- Moser,A.,K.,(2016). *Journal “Consumers’ Purchasing Decisions Regarding Environmentally Friendly Products: An Empirical Analysis Of German Consumers”*.
- Padel, S., Foster, C., 2005. *Exploring the gap between attitudes and behaviour*. *Br. Food J.*107(8),606–625.
- Pantecost, (2010). *Journal “Fashion retailing and the bottom line: The effects of generational cohorts, gender, fashion fanship, attitudes and impulse buying on fashion expenditure”*.
- Peattie, K., 2001. *Golden goose or wild goose? The hunt for the green consumer*. *Bus. Strategy Environ.* 10 (4), 187–199.
- Raharjo Sahid, (2016). *“Uji Analisis Linier berganda dengan SPSS”* (<https://www.konsistensi.com/2013/05/uji-analisis-regresi-linear-ganda.html>) (diakses tanggal 6 Mei 2018)
- Ramly. Z, Hashim. H dan Yahya. W. K, Mohamad. S. A (2012) *Environmentally Conscious Behavior among Malaysian Consumers: An Empirical Analysis* Vol. 35 No.111 – 121.
- Richter, C.P., 2010. *Automatic dish washers: efficient machines or less efficient consumer habits?* *Int.J. Consum. Stud.* 34(2),228–234.
- Saputra. D, (2016). *Tinjauan Pustaka : “The Theory Reasoned Action (TRA) yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) dalam Vijayan (2005)”*.

- Schwartz, S.H., 1977. *Normative influences on altruism*. In: Berkowitz, L. (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* vol.10. Academic Press, New York, pp. 221–279.
- Stern, Diekmann, dan Preisendorfer., (2000). Journal “*Consumers Purchasing Decisions Regarding Environmentally Friendly Products : An Empirical Analysis of German Consumers*”.
- Zhou, Y., Thøgersen, J., Ruan, Y., Huang, G., 2013. *The moderating role of human values in planned behavior: the case of Chinese consumers' intention to buy organic food*. *J. Consum. Mark.* 30 (4) ,335–344.