

BAB 6

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel pengetahuan lingkungan berpengaruh signifikan terhadap niat beli hijau makanan organik atau bisa dikatakan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa pengetahuan lingkungan berpengaruh terhadap niat beli hijau makanan organik di Surabaya diterima.
2. Variabel sikap terhadap lingkungan berpengaruh signifikan terhadap niat beli hijau makanan organik atau bisa dikatakan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan sikap terhadap lingkungan berpengaruh terhadap niat beli hijau makanan organik di Surabaya di terima.
3. Variabel kepedulian terhadap lingkungan berpengaruh signifikan terhadap niat beli hijau makanan organik atau bisa dikatakan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kepedulian terhadap lingkungan berpengaruh terhadap niat beli hijau makanan organik di Surabaya diterima.
4. Variabel tekanan sesama berpengaruh signifikan terhadap niat beli hijau makanan organik atau bisa dikatakan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa tekanan sesama berpengaruh terhadap niat beli hijau makanan organik di Surabaya diterima.
5. Variabel harga dan kualitas produk yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap niat beli hijau makanan organik atau bisa dikatakan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa harga dan kualitas produk yang dirasakan berpengaruh terhadap niat beli hijau makanan organik di Surabaya diterima.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah ada, saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

A. Saran Akademis

Bagi penelitian selanjutnya, dapat mengembangkan atau memperluas penelitian ini dengan menggunakan lebih banyak variabel. Variabel-variabel

yang dapat ditambahkan dalam penelitian lebih lanjut adalah variabel inisiatif pemerintah dan *organization's green image*. Inisiatif pemerintah dapat diteliti karena inisiatif pemerintah terhadap produk hijau dapat membentuk niat beli hijau para konsumen seperti penelitian yang pernah dilakukan oleh Mei, Ling & Tan pada tahun 2012 dengan judul "*The Antecedents of Green Purchase Intention among Malaysian Consumers*". *Organization's green image* juga dapat diteliti karena umumnya konsumen peduli terhadap *image* suatu organisasi atau perusahaan. Variabel ini juga pernah diteliti oleh Ali dan Ahmad pada tahun 2012 dengan judul "*Environmental Friendly Products: Factors that Influence the Green Purchase Intention of Pakistani Consumers*". Selain dua variabel tersebut juga dapat ditambahkan variabel-variabel yang lain yang dapat mempengaruhi niat beli hijau khususnya pada makanan organik.

B. Saran Praktis

Dari hasil penelitian ini, bagi produsen ataupun pemasar makanan organik disarankan untuk memfokuskan kegiatan pemasarannya pada mengedukasikan tentang lingkungan sehingga dapat meningkatkan kepedulian konsumen terhadap lingkungan yang nantinya akan berpengaruh kepada niat beli konsumen kepada produk makanan organik. Penedukasian yang dapat dilakukan dapat melalui media sosial online yang saat ini sedang populer, seperti melalui facebook, twitter, dan instagram. Selain itu juga dapat melakukan seminar-seminar tentang lingkungan yang juga berhubungan dengan kesehatan. Dengan cara ini dapat meningkatkan kepedulian konsumen terhadap lingkungan. Penedukasian yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan penjelasan tentang bagaimana lingkungan yang sehat dan pentingnya lingkungan yang sehat. Hal ini sejalan dengan penelitian ini yaitu kepedulian memiliki nilai signifikan paling tinggi sehingga paling berpengaruh terhadap niat beli hijau.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali A. & Ahmad I., Environment Friendly Products: factors that Influence the Green Purchase Intentions of Pakistani Consumers, *Pak. J. eng. Technol. Sci.*, Vol. 2, No. 1, 2012, pp: 84-117
- Aman A.H.L., Harun A., & Hussein Z., 2012, The Influence of Environmental Knowledge and Concern on Green Purchase Intention the Role of Attitude as a Mediating Variable, *British Journal of Arts and Social Sciences*, Vol. 7, No. II, 2012
- Chang H., 2010, Sejarah Makanan Organik, Available: <http://sehat-terus-sehat.blogspot.com/2010/12/sejarah-makanan-organic.html> 15/4/2013)
- Fini, 2011, Pengertian Peer Pressure, Available: (<http://id.shvoong.com/writing-and-speaking/2176252-pengertian-peer-pressure/> 15/4/2013)
- Hair J.F., et al. (2010), *Multivariate Data Analysis*, (7th edition), New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Hartini S., Perilaku Pembelian Smartphone: Analisis Brand Equity dan Brand Attachment, *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol. 3, No.1, April 2012, pp: 75-86
- Hidup Sehat dengan Makanan Organik, 2011. Available: (www.garasiibu.com/web/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=7&Itemid=41 2/4/2013)
- Jaolis F., 2011, Profil *Green Consumers* Indonesia: Identifikasi Segmen dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian *Green Products*, *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol. 2, No. 1, April 2011, pp: 18-39
- Junaedi M.F.S., Analisis Faktor Demografi, Akses Media dan Sumber Informasi Terhadap Kepedulian dan Kesadaran Lingkungan Konsumen: Kajian Pemasaran yang Berwawasan Sosial, *Kinerja*, Vol. 7, No. 2, 2003, pp: 96-111
- Mei O.J., Ling K.C. & Piew T.H., 2012, The Antecedents of Green Purchase Intention among Malaysian Consumer, *Asian Social Science*, Vol. 8, No. 13, 2012
- Naresh K. Malhotra (2007), *Marketing Research*, (5th edition), New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Nugroho Y.A., 2011, *Olah Data dengan SPSS*, edisi pertama, Yogyakarta: Skripta Media Creative.

- Organicstore, 2009, Kelebihan Makanan Organik, Available: (<http://organicfoodstore.wordpress.com/2009/01/24/kelebihan-makanan-organik/> 15/4/2013)
- Parlyna R. & Munawaroh, 2011, Konsumsi Pangan Organik: Meningkatkan Kesehatan Konsumen, *Econo Sains*, Vol. IX, No. 2, Agustus 2011
- Ruspesh M.M. & Velmirigan R., Consumer's Attitude Towards Organic Food Products, *Discovery*, Vol. 3, No. 7, Januari 2013
- Schiffman, Leon G., dan Kanuk, Leslie L., 2008, *Perilaku Konsumen*, edisi ketujuh, Jakarta: PT INDEKS.
- Sigit M., Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Niat Beli Mahasiswa Sebagai Konsumen Potensial Produk Pasta Gigi Close Up, *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 11, No.1, April 2006
- Suprianto Y., 2012, Metode Penelitian dan Penulisan Ilmiah, Available: (http://yudisuprianto.blogspot.com/2012/11/vbehaviorurldefaultvmlo_28.html 30/5/2013)
- Thio S., Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik di Surabaya, *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 4, No. 1, Maret 2008, pp: 18-27
- Widiyanata A., S.Psi, Sikap Terhadap Lingkungan Alam, *USU Digital Library*, 2012