Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian yang sudah dilakukan dengan hasil olah data menggunakan metode *structural equation modeling* (SEM) pada *software* LISREL 8.8 dapat disimpulkan:

1. *Health consciousness* memiliki pengaruh positif terhadap *attitude toward buying organic skin/hair care products* dengan nilai *t-value* sebesar 3.14. Hal ini dapat diketahui bahwa kesadaran akan kesehatan yang konsumen alami terhadap kulit wajah dapat mempengaruhi sikap seseorang untuk menggunakan produk *skincare* organik Mineral Botanica.
2. *Environmental consciousness* memiliki pengaruh positif terhadap *attitude toward buying organic skin/hair care products* dengan nilai *t-value* sebesar 2.83. Hal ini dapat diketahui bahwa kesadaran akan lingkungan dengan menjaga lingkungannya, seperti menggunakan produk yang ramah lingkungan dan tidak merusak lingkungan mempengaruhi sikap seseorang untuk menggunakan produk *skincare* organik Mineral Botanica.
3. *Appearance consciousness* memiliki pengaruh positif terhadap *attitude toward buying organic skin/hair care products* dengan nilai *t-value* sebesar 3.19. Hal ini dapat dikatakan bahwa kesadaran akan penampilannya saat ini sangat berharga dan dapat mempengaruhi sikap mereka untuk mau merawat diri dengan membeli *skincare* organik Mineral Botanica

4. *Attitude toward buying organic skin/hair care products* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to buy organic skin/hair care products* dengan nilai *t-value* sebesar 7.61. Hal ini dapat dikatakan bahwa sikap seseorang terhadap kesehatan kulit wajah, lingkungan sekitar dan juga penampilan merupakan sikap yang dapat memberikan pengaruh terhadap pembelian *skincare* organik Mineral Botanica.
5. *Subjective norms* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to buy organic skin/hair care products* dengan nilai *t-value* sebesar 4.50. Hal ini dapat disimpulkan bahwa orang disekitar yang memberi dukungan, seperti merekomendasikan produk *skincare* organik Mineral Botanica dapat mempengaruhi seseorang melakukan pembelian *skincare* organik Mineral Botanica.
6. *Perceived behavioral control* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *intention to buy organic skin/hair care* dengan nilai *t-value* sebesar 0.43. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden belum memiliki informasi yang cukup dan belum bisa mengatasi keterbatasan informasi tentang produk *skincare* organik Mineral Botanica, ini dapat disebabkan karena kurangnya informasi yang didapat dari Mineral Botanica
7. *Past experinces with organic products* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *intention to buy organic skin/hair care* dengan nilai *t-value* sebesar 0.12. Dapat disimpulkan bahwa responden belum memiliki pengalaman dengan produk *skincare* organik Mineral Botanica. Hal ini dapat

disebabkan karena responden belum pernah membeli *skincare* organik Mineral Botanica.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian menunjukan bahwa adanya hubungan *attitude toward buying organic skin/hair care products* terhadap *intention to buy organic skin/hair care products* serta implikasinya. Oleh karena itu, saran yang dapat digunakan oleh Mineral Botanica untuk meningkatkan *intention to buy organic skin/hair care products* sebagai berikut:

1. Dalam upaya meningkatkan *perceived behavioral control* adalah dengan memberikan sebuah tutorial singkat untuk dibagikan kepada para *audiences* agar mereka merasa memiliki pengetahuan untuk menggunakan *skincare* organik, dimana hal ini juga harus lebih ditekankan kepada bahan organik yang mempunyai banyak manfaat dan baik untuk digunakan
2. Dalam upaya meningkatkan *past experiences with organic products* dapat dilakukan dengan memberikan free tester serum setiap pembelian kosmetik lebih dari Rp. 100.000-, hal ini dapat digunakan untuk menarik konsumen yang belum pernah menggunakan produk *skincare* organiknya dengan mencoba tester yang berujung kepada pengalaman

menggunakan *skincare* organik yang nantinya dapat memberikan hasil yang positif atau tidak

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian, pengolahan data dan kesimpulan, peneliti memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Dalam penelitian ini penulis mempunyai hambatan karena adanya *pandemic covid-19*, tidak bisa wawancara langsung dengan pihak Mineral Botanica, sehingga informasi yang didapat kurang mendalam. Penulis menyarankan untuk tetap melakukan wawancara dengan persetujuan dua pihak terlebih dahulu.
2. Penelitian ini menggunakan kuesioner secara *online* dengan media *google form*, dalam penelitian selanjutnya penulis menyarankan untuk membagikan kuesioner secara langsung untuk mendapatkan informasi mendalam bagi penelitian dan juga mengurangi kesalahan yang terjadi seperti pengisian ke *double* dalam kuesioner.