

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan kemasan hijau terhadap kepercayaan merek hijau Rinso dan besar pengaruhnya, untuk mengetahui penggunaan *ecolabelling* terhadap kepercayaan merek hijau Rinso dan besar pengaruhnya, dan untuk mengetahui penggunaan kemasan hijau dan *ecolabelling* secara bersamaan terhadap kepercayaan merek hijau Rinso dan besar pengaruhnya. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh penggunaan kemasan hijau terhadap kepercayaan merek hijau Rinso sebesar 8.22%.
2. Terdapat pengaruh penggunaan *ecolabelling* terhadap kepercayaan merek hijau Rinso sebesar 77.54%
3. Terdapat pengaruh kemasan hijau dan *ecolabelling* secara bersamaan terhadap kepercayaan merek hijau Rinso sebesar 85.6%
4. Nilai Konstanta sebesar 3.163 menyatakan, jika variabel kemasan hijau dan *ecolabelling* bernilai 0 maka nilai dari kepercayaan merek hijau adalah 3.163. Jika koefisien determinasi kemasan hijau mengalami kenaikan, maka nilai konstanta dari kepercayaan merek hijau meningkat sebesar 0.130

dengan asumsi tidak ada penambahan nilai konstanta dari kepercayaan merek hijau. Jika nilai koefisien determinasi *ecolabelling* mengalami kenaikan, maka nilai konstanta dari kepercayaan merek hijau meningkat sebesar 1.120 dengan asumsi tidak ada penambahan nilai konstanta dari kepercayaan merek hijau.

5. Penelitian ini membuktikan, bahwa dengan adanya penggunaan kemasan hijau dan *ecolabelling* pada produk detergen dalam penelitian ini mengamati merek detergen Rinso, mampu menghasilkan kepercayaan merek hijau yang kuat. Serta, penggunaan kemasan hijau dan *ecolabelling* tidak dapat dipisahkan. Hal ini sejalan dengan indikator dari produk hijau yaitu adanya penggunaan kemasan hijau dan *ecolabelling*. Selain itu, penelitian ini juga membuktikan bahwa *trend* pola konsumen ke depannya, konsumen akan lebih menyukai dan mendukung merek-merek yang memiliki produk hijau.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang mungkin membahas topik yang sama dengan topik penelitian ini diharapkan dapat memperkaya sajian informasi yang lebih beragam lagi. Serta, diharapkan penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan jenis kualitatif agar dapat memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai pendapat konsumen terkait kepercayaan merek hijau. Selain itu, diharapkan dapat dilakukan pengujian dengan variabel independen lainnya yang

dapat memengaruhi kepercayaan merek hijau seperti, promosi hijau, harga hijau, pemasaran hijau, dan lainnya.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Saran untuk pemerintah untuk lebih meningkatkan *awareness* dari para produsen detergen untuk mulai beralih menggunakan kemasan hijau sekaligus *ecolabelling* pada produknya. Terutama penggunaan *ecolabelling*, di Indonesia sendiri label ramah lingkungan masih jarang ditemukan pada produk detergen. Padahal dengan adanya kemasan hijau dan *ecolabelling* dapat berpengaruh terhadap kepercayaan merek hijau. Hal ini dibuktikan dengan hasil jawaban responden yang mayoritas setuju dengan adanya penggunaan *ecolabelling* dapat menimbulkan kepercayaan mereka terhadap merek yang memiliki produk hijau. Selain itu, dengan menggunakan kemasan dan *ecolabelling* tidak hanya menguntungkan perusahaan karena mendapatkan kepercayaan, tetapi juga perusahaan tersebut turut membantu mengurangi permasalahan lingkungan, serta mengedukasi masyarakat akan urgensi dari permasalahan lingkungan. Untuk para industri yang bergerak di bidang *fast moving consumers goods* (FMCG) terutama yang memiliki produk detergen, agar segera beralih menggunakan kemasan hijau dan *ecolabelling*. Untuk masyarakat, diharapkan menggunakan hak mereka sebagai konsumen dengan lebih mendukung perusahaan-perusahaan yang menggunakan kemasan hijau dan *ecolabelling*, melalui hal tersebut masyarakat dapat mendorong setiap perusahaan dari berbagai sektor untuk mulai beralih menggunakan kemasan hijau dan *ecolabelling*. Dengan begitu, bersama kita bisa menyelamatkan lingkungan kita.