

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, maka peneliti dapat menyampaikan hal-hal terakait pengaruh *Green Packaging*, Sikap 3R, dan Minat Beli.

Pertama, pengaruh variabel *Green Packaging* terhadap Sikap 3R adalah langsung dan signifikan. Oleh karena itu hipotesis H1a diterima. Besar pengaruh *Green Packaging* terhadap Sikap sebesar 0.69. Sementara pengaruh variabel *Green Packaging* terhadap Minat Beli produk kemasan Aqua LIFE menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan. Oleh karena itu hipotesis H2a diterima. Besar pengaruh *Green Packaging* terhadap Minat Beli sebesar 0.78.

Kedua, variabel Sikap 3R sebagai variabel mediasi dalam penelitian ini terbukti tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini ditunjukkan nilai p value $p \geq 0.05$, sehingga H3a dan H4a ditolak, sementara Ho3 dan Ho4 diterima. Maka dari itu Minat Beli akan menurun apabila seseorang memiliki Sikap 3R yang tinggi. Begitu sebaliknya apabila *Green Packaging* semakin tinggi, maka Minat Beli seseorang akan semakin meningkat.

Terakhir, terkait usaha Danone Aqua meningkatkan kualitas produknya melalui inovasi kemasan yang dapat didaur ulang 100% dan berasal dari bahan daur ulang (ramah lingkungan) ini pengaruh *Green Packaging* terhadap Minat Beli cukup besar

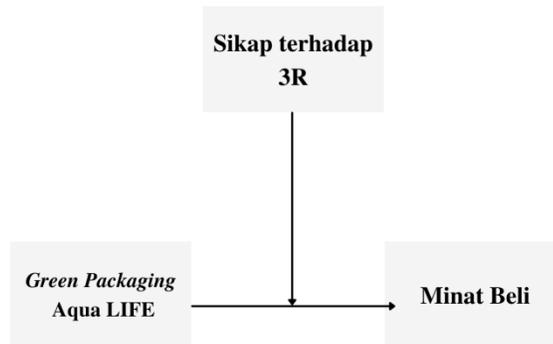
mempengaruhi konsumen baik yang belum pernah membeli produk Aqua LIFE maupun yang sudah pernah membeli. Namun, pada penelitian kali ini mayoritas responden mengetahui program #BijakBerplastik menunjukkan rata-rata Sikap 3R yang tinggi. Oleh karena itu, nilai pengaruhnya terhadap Minat Beli kecil dan tidak signifikan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti menyadari bahwa penelitian kali ini masih jauh dari sempurna. Mulai dari objek yang diteliti, sudut pandang penelitian, kekayaan informasi ataupun data, segi pembahasan, dan penulisan. Kendati demikian, peneliti sangat berharap penelitian ini dapat dilanjutkan atau ditingkatkan kembali oleh peneliti selanjutnya. Oleh karena itu peneliti memberikan rekomendasi bagi penelitian selanjutnya agar menguji variabel Sikap terhadap 3R ini dengan model yang berbeda, yakni sebagai variabel moderasi. Variabel moderasi menurut Sugiyono (2017) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antar variabel. Berikut merupakan gambar model jalur variabel Sikap terhadap 3R sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh hubungan *Green Packaging* produk terhadap Minat Beli.

Gambar 5.1 Model Jalur Moderasi



Sumber: Data Olahan Penelitian, 2021

5.2.2 Saran Praktis

Untuk pihak Aqua, sebaiknya lebih disosialisasikan kembali mengenai inovasi-inovasi yang sedang direncanakan maupun yang sudah terlaksana, terlebih kemasan ramah lingkungan ini agar lebih banyak lagi konsumen yang terpapar dengan informasi terbaru yang diberikan. Sementara itu, berdasarkan hasil penelitian sebaiknya Aqua melakukan evaluasi kembali atas program edukasi yang dilaksanakan, apakah program yang digunakan sudah cukup relevan dengan tingkat pengetahuan dan kesadaran masyarakat terhadap lingkungan.