

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis penelitian yang telah dilakukan menggunakan metode SEM-PLS mendapatkan hasil bahwa *Environmental Concern* dan *Health Concern* memiliki pengaruh terhadap *Purchase Intention* terhadap *skincare* Emina, sedangkan *Attitude* tidak memiliki pengaruh terhadap *Purchase Intention* terhadap *skincare* Emina. Maka kesimpulan dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Uji hipotesis yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan variabel *Environmental Concern* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Attitude*. Hal ini dikarenakan konsumen yang memiliki *Environmental Concern* tertarik untuk mencoba produk *Emina*. Sehingga *Environmental Concern* memiliki pengaruh terhadap *Attitude*.
2. Uji hipotesis yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan variabel *Environmental Concern* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Purchase Intention*. Hal ini dikarenakan konsumen yang memiliki *Environmental Concern* tertarik untuk membeli *skincare* Emina karena ramah lingkungan dan alami. Sehingga *Environmental Concern* memiliki pengaruh terhadap *Purchase Intention*.
3. Uji hipotesis yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan variabel *Health Concern* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Attitude*. Hal ini dikarenakan konsumen yang memiliki *Health Concern* tertarik untuk mencoba produk *Emina*. Sehingga *Health Concern* memiliki pengaruh terhadap *Attitude*.
4. Uji hipotesis yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan variabel *Health Concern* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Purchase Intention*. Hal ini dikarenakan konsumen yang memiliki *Health Concern* tertarik untuk membeli *skincare* Emina karena ramah

lingkungan dan alami. Sehingga *Health Concern* memiliki pengaruh terhadap *Purchase Intention*.

5. Uji hipotesis yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan variabel *Attitude* memiliki pengaruh negatif terhadap variabel *Purchase Intention*. Hal ini dikarenakan konsumen memiliki pandangan terhadap *Attitude* dari Emina sebagai *skincare* yang ramah lingkungan dan menggunakan kandungan alami masih rendah. Sehingga *Attitude* memiliki pengaruh negatif terhadap *Purchase Intention*.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis data penelitian yang dilakukn, peneliti memiliki beberapa saran agar penelitian ini memiliki manfaat terhadap perusahaan, peneliti yang akan melakukan penelitian dengan fenomena maupun topik yang sama. Karena adanya keterbatasan pada penelitian ini, terdapat beberapa hal yang dapat peneliti berikan sehingga dapat memberikan hasil yang lebih mendalam pada penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

1. Peneliti memiliki saran kepada Emina untuk meningkatkan pembuatan konten-konten untuk meningkatkan kesadaran konsumen untuk lebih peduli terhadap lingkungan dengan kegiatan dalam menjaga lingkungan. Dapat diimbangi dengan kolaborasi dengan kelompok sukarela seperti Pandawara Group yang membersihkan perairan dan melakukan daur ulang sampah plastik menjadi benda yang bermanfaat seperti kursi yang diciptakan oleh San benchghib.
2. Peneliti memiliki saran kepada Emina untuk meningkatkan konteks *sustainability*, edukasi mengenai sampah *skincare* yang dapat dikumpulkan pada Emina *beauty dustbin*. Emina sendiri harus memperbanyak Emina *beauty dustbin* sehingga bisa dilakukan oleh seluruh konsumen di Indonesia.

3. Peneliti memiliki saran kepada Emina untuk meningkatkan informasi kepada konsumen mengenai pentingnya kesehatan kulit, serta informasi mengenai proses produksi dan juga teknologi yang digunakan Emina dalam memproduksi produk-produknya. Emina juga berinovasi dengan melakukan pengembangan terhadap produk-produknya yang menggunakan bahan alami sehingga aman untuk lingkungan maupun konsumen.
4. Peneliti memiliki saran kepada Emina untuk meningkatkan *challenge* dengan memberikan *benefit* atau *reward* kepada konsumen yang mengikuti testimoni dan juga yang mengumpulkan sampah skincare yang sudah habis ataupun ikut serta mereka dalam kegiatan-kegiatan dalam melestarikan lingkungan bersama Emina.
5. Peneliti memiliki saran kepada Emina untuk meningkatkan pengalaman langsung dengan informasi yang jelas pada offline store maupun online store (kandungan, kemasan, dan sikap emina terhadap lingkungan dan kesehatan). Serta menyediakan *tester* sehingga konsumen dapat mencoba sebelum melakukan pembelian.
6. Peneliti memiliki saran kepada Emina untuk membuat sistem *refill* untuk produk *skincare* sehingga dapat mengurangi kemasan plastik dan juga konsumen mendapatkan harga yang lebih murah.

5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

1. Peneliti memiliki saran untuk meninjau ulang Hipotesis 5 yaitu pengaruh *Attitude* terhadap *Purchase Intention*. Sebab pada penelitian ini menunjukkan variabel *Attitude* tidak memiliki pengaruh terhadap variabel *Purchase Intention*.

2. Peneliti memiliki saran untuk penelitian yang dilakukan dapat dilakukan di luar Jabodetabek untuk mendapatkan informasi yang lebih luas.
3. Peneliti memiliki saran untuk menambahkan variabel Environmental Knowledge dari *skincare* Emina sehingga mengetahui apakah konsumen memiliki pengetahuan mengenai masalah lingkungan saat melakukan pembelian *skincare* Emina. Putri, N. W. A., Wahyuni, N. M., & Yasa, P. N. S. (2021) Penelitian terdahulu yang berjudul *The Effect of Attitude in Mediating Environmental Knowledge toward the Purchase Intention of Green Cosmetic Product*.
4. Peneliti memiliki saran untuk menambahkan variabel Health Knowledge dari *skincare* Emina sehingga mengetahui apakah konsumen memiliki pengetahuan mengenai kesehatan saat melakukan pembelian *skincare* Emina. Photcharoen, C., Chung, R., & Sann, R. (2020) yang berjudul *Modelling Theory of Planned Behavior on Health Concern and Health Knowledge Towards Purchase Intention on Organic products. International Business Research*.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A