

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa Perilaku Pembelian Hijau terbentuk melalui pengaruh Norma Subjektif dan Sikap Pembelian Hijau. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial dari lingkungan sekitar dan sikap positif konsumen terhadap kosmetik halal PT Paragon Technology and Innovation merupakan faktor utama pendorong perilaku pembelian hijau. Di sisi lain, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa Perilaku Pembelian Hijau tidak dipengaruhi oleh Pengetahuan Lingkungan dan Religiusitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingginya pengetahuan mengenai isu lingkungan maupun tingkat religiusitas belum mampu menggerakkan konsumen untuk secara aktual melakukan pembelian produk kosmetik halal PT Paragon Technology and Innovation yang ramah lingkungan. Dengan demikian, upaya peningkatan perilaku pembelian hijau dapat diarahkan melalui strategi komunikasi sosial dan penguatan citra positif produk kosmetik halal, serta secara bertahap meningkatkan literasi lingkungan dan integrasi nilai keberlanjutan dengan perspektif keagamaan untuk memperkuat pengaruh kedua variabel tersebut di masa mendatang.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini tentunya terdapat keterbatasan, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam cakupan wilayah penelitian yang hanya berfokus pada masyarakat Muslim di Jabodetabek, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan untuk wilayah lainnya.
2. Penelitian ini terbatas pada 140 responden dikarenakan waktu penyebaran yang terbatas.

5.3 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis akan menyampaikan beberapa saran maupun rekomendasi kepada beberapa pihak yang terkait dalam penelitian ini, antara lain:

1. Aspek Teoritis

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperdalam penelitian dengan memperluas cakupan wilayah serta mempertimbangkan variabel-variabel lainnya yang berpotensi memengaruhi perilaku pembelian hijau, seperti *awareness of price* dan *green purchase intention*. Selain itu, disarankan untuk menggunakan *stratified random sampling* untuk menguji berdasarkan strata tertentu sehingga mampu menggambarkan penelitian secara lebih mendalam.

2. Aspek Praktis

a) Bagi Pemerintah

Pemerintah diharapkan dapat memperkuat program edukasi dan kampanye keberlanjutan yang lebih tepat sasaran, terutama dalam meningkatkan pengetahuan lingkungan dan mendorong pembelian produk ramah lingkungan, salah satunya kosmetik halal. Dukungan regulasi dan kebijakan yang mendorong penggunaan produk ramah lingkungan juga diperlukan untuk menciptakan lingkungan konsumsi yang lebih berkelanjutan.

b) Bagi Perusahaan

PT Paragon Technology and Innovation disarankan untuk meningkatkan strategi pemasarannya yang berfokus pada kosmetik halal yang ramah lingkungan. Hal ini dapat dilakukan melalui kampanye, kolaborasi dengan *influencer*, penggunaan media sosial, dan strategi promosi lainnya. Untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap produknya, Paragon juga dapat mempertahankan *green branding* dengan memanfaatkan program CSR serta inisiatif lingkungan lainnya. Sementara itu, perusahaan kosmetik halal lain diharapkan dapat mengembangkan produk serta strategi pemasaran yang lebih ramah lingkungan dan membangun *brand image* yang sejalan dengan prinsip-prinsip keberlanjutan.