

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan, peneliti menyimpulkan beberapa hal berikut:

1. Perilaku ramah lingkungan dinilai cukup, persepsi nilai dan sikap konsumen dinilai baik terhadap program, keputusan pembelian mendapatkan nilai sedang terhadap produk ramah lingkungan dalam aplikasi Gofood.
2. Perilaku ramah lingkungan tidak berhubungan dengan persepsi nilai, namun terdapat hubungan antara perilaku ramah lingkungan dengan sikap, sementara persepsi nilai ditemukan berhubungan dengan sikap.
3. Perilaku ramah lingkungan tidak berpengaruh terhadap keputusan secara parsial.
4. Persepsi nilai tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial.
5. Sikap berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial.
6. Perilaku ramah lingkungan, persepsi nilai, dan sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan.

#### **5.2. Saran untuk Perusahaan**

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian, maka saran yang diberikan peneliti antara lain sebagai berikut:

1. Meningkatkan edukasi program ramah lingkungan terhadap konsumen dengan cara: membuat banner/artikel di aplikasi Gofood mengenai fakta sedotan dan alat makan plastik.
2. Menampilkan pilihan untuk tidak membeli alat makan plastik pada akhir masa “check out” dalam aplikasi Gofood.

3. Meningkatkan persepsi nilai terhadap *merchant* yang telah mengikuti program dengan menambah *added value* melalui program banner di aplikasi, KOL (*Key Opinion Leader*) pada blog/instagram.
4. Memberikan fasilitas untuk *merchant* dapat bersama-sama mengedukasi konsumen dan *driver* dalam menjalankan program GoGreener. Hal ini dapat dilakukan dengan alternatif alat makan atau sedotan ramah lingkungan.

### **5.3. Kelemahan Penelitian**

Terdapat beberapa kelemahan yang disadari oleh penulis pada penelitian ini, diantaranya:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di kota Bandung atau bagi konsumen yang pernah memesan Gofood di kota Bandung. Hal yang berbeda dapat terjadi bila dilakukan di tempat lain dan dengan pengambilan sampel proporsional.
2. Keterbaruan dalam penelitian ini adalah dengan membahas program ramah lingkungan pada aplikasi pesan antar makanan. Tidak ada pembahasan mengenai perubahan perilaku ramah lingkungan sebelum dan setelah program berlangsung.
3. Program ramah lingkungan dalam aplikasi pesan antar makanan masih tergolong baru di Indonesia, maka tidak ada perbandingan dengan program serupa pada perusahaan aplikasi pesan antar makanan lain di Indonesia.

### **5.4. Penelitian Lanjutan**

Penelitian lanjutan dapat dilakukan untuk melengkapi temuan pada penelitian ini, diantaranya:

1. Penelitian mendalam mengenai faktor psikologis dan karakteristik konsumen yang menurut teori dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian mengenai efektivitas program GoGreener dilihat berdasarkan perubahan perilaku ramah lingkungan sebelum dan setelah program edukasi GoGreener dilaksanakan dari sisi konsumen, *merchant*, maupun *d*