

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan temuan penelitian mengenai "Pengaruh *Eco-shame*, Sikap, Norma Subjektif, dan *Perceived Behavioral Control* terhadap Niat Mengadopsi *Capsule Wardrobe*", dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yang diteliti memiliki dampak positif dan signifikan terhadap niat untuk mengadopsi. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor psikologis, terutama kesadaran lingkungan yang tercermin melalui penghinaan lingkungan dan persepsi terhadap konsep *capsule wardrobe*, berpengaruh pada keinginan untuk mengadopsi perilaku berpakaian yang lebih berkelanjutan.

Selain itu, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa faktor sosial dan *perceived behavioral control* memengaruhi niat untuk mengadopsi *capsule wardrobe*. Dukungan dari lingkungan sosial dan persepsi individu tentang kemampuan dan kontrol mereka terhadap hal-hal seperti uang, waktu, dan akses ke produk cenderung meningkatkan niat untuk mengadopsi *capsule wardrobe*. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi faktor sosial, psikologis, dan persepsi kontrol perilaku memainkan peran penting dalam mendorong keinginan Gen Z untuk mengadopsi gaya berpakaian yang lebih berkelanjutan.

#### **5.2 Implikasi Penelitian**

Penelitian ini memiliki implikasi teoritis dan praktis berdasarkan temuan mengenai pengaruh *eco-shame*, sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral*

*control* terhadap niat Generasi Z dalam mengadopsi *capsule wardrobe*. Secara teoritis, hasil penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian perilaku konsumen berkelanjutan dengan menunjukkan bahwa *Theory of Planned Behavior* (TPB) mampu menjelaskan niat adopsi *capsule wardrobe* pada Generasi Z. Penambahan variabel *eco-shame* dalam model penelitian memperluas pemahaman mengenai peran faktor emosional dan kesadaran lingkungan dalam membentuk niat perilaku, sehingga menegaskan bahwa niat mengadopsi *fashion* berkelanjutan tidak hanya didorong oleh pertimbangan rasional, tetapi juga oleh respons emosional terhadap dampak lingkungan dari konsumsi *fashion*. Secara praktis, temuan penelitian ini memberikan implikasi bagi pelaku industri *fashion* berkelanjutan untuk merancang strategi yang tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga pada pembentukan persepsi dan pengalaman konsumen. Edukasi yang tepat dan bertanggung jawab mengenai dampak negatif *fast fashion* terhadap lingkungan diperlukan untuk menumbuhkan *eco-shame* yang bersifat konstruktif. Selain itu, penekanan pada manfaat praktis *capsule wardrobe*, seperti efisiensi penggunaan pakaian, keawetan produk, dan kemudahan dalam memadupadankan busana, dapat memperkuat sikap positif konsumen terhadap konsep ini. Dukungan norma sosial juga perlu diperhatikan melalui peran komunitas, media sosial, dan figur yang relevan dengan Generasi Z agar tercipta lingkungan sosial yang mendukung adopsi perilaku *fashion* berkelanjutan.

Hasil penelitian juga menunjukkan pentingnya *perceived behavioral control* dalam mendorong niat adopsi *capsule wardrobe*. Persepsi kemampuan konsumen untuk mengadopsi konsep ini masih dipengaruhi oleh kemudahan akses

dan keterjangkauan harga produk. Oleh karena itu, brand diharapkan dapat menerapkan strategi harga yang sesuai dengan daya beli Generasi Z serta menyediakan informasi produk yang jelas dan transparan. Komunikasi mengenai nilai jangka panjang, seperti keawetan produk dan efisiensi biaya penggunaan, diharapkan dapat meningkatkan persepsi bahwa adopsi *capsule wardrobe* berada dalam kendali konsumen, sehingga niat yang terbentuk memiliki peluang lebih besar untuk diwujudkan dalam perilaku nyata.

Selain pelaku bisnis, pemerintah juga memiliki peran penting sebagai pemangku kepentingan pendukung dalam mendorong praktik *fashion* berkelanjutan. Pemerintah dapat berkontribusi melalui kebijakan, kampanye edukatif, serta penguatan praktik *green marketing* yang bertanggung jawab untuk meningkatkan literasi dan kesadaran masyarakat terhadap isu keberlanjutan. Dukungan tersebut berpotensi memperkuat norma sosial serta meningkatkan *perceived behavioral control* konsumen dalam mengadopsi perilaku *fashion* berkelanjutan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa adopsi *capsule wardrobe* merupakan proses bertahap yang tidak instan, melainkan membutuhkan waktu, konsistensi, dan komitmen berkelanjutan dari konsumen, pelaku bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya. Pendekatan jangka panjang yang mengintegrasikan kesadaran lingkungan, sikap positif, dukungan sosial, kemudahan akses, dan kebijakan pendukung diharapkan mampu mendorong perubahan perilaku Generasi Z menuju praktik *fashion* yang lebih berkelanjutan secara realistik dan berkesinambungan.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Penelitian hanya mengukur niat mengadopsi *capsule wardrobe*, sehingga belum dapat menggambarkan perilaku adopsi secara aktual. Niat yang dimiliki responden belum tentu selalu diwujudkan dalam tindakan nyata.
2. Karakteristik responden yang difokuskan pada Generasi Z di kota Padang. Kondisi ini menyebabkan hasil penelitian memiliki keterbatasan dalam hal generalisasi, sehingga temuan penelitian belum tentu mencerminkan perilaku dan niat adopsi *capsule wardrobe* pada kelompok usia atau wilayah lain.
3. Metode pengumpulan data yang menggunakan kuesioner dengan jawaban berbasis persepsi responden (*self reported data*). Metode ini memungkinkan adanya bias subjektivitas, seperti kecenderungan responden untuk memberikan jawaban yang dianggap sosialnya lebih dapat diterima, sehingga dapat memengaruhi akurasi data yang diperoleh.
4. Keterbatasan terakhir adalah penelitian ini hanya menggunakan variabel *eco-shame*, sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*, sehingga belum mencakup faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap niat mengadopsi *capsule wardrobe*.

### 5.4 Saran

Berdasarkan hasil dan keterbatasan penelitian, maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan penelitian selanjutnya untuk melihat perilaku adopsi *capsule wardrobe* secara aktual, bukan hanya pada tingkat niat. Dengan melihat perilaku nyata, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan

gambaran yang lebih komprehensif tentang sejauh mana niat individu benar-benar diwujudkan dalam tindakan berpakaian yang berkelanjutan.

2. Penelitian selanjutnya harus memperluas karakteristik dan cakupan responden, baik dari segi kelompok usia, latar belakang sosial, dan wilayah penelitian. Diharapkan bahwa perluasan ini akan meningkatkan generalisasi hasil penelitian dan memberikan pemahaman yang lebih luas tentang bagaimana berbagai kelompok masyarakat menggunakan *capsule wardrobe*.
3. Mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang relevan. Variabel-variabel ini termasuk pengetahuan lingkungan, nilai-nilai pribadi, pengaruh media sosial, dan unsur-unsur budaya. Diharapkan penambahan variabel-variabel ini akan membantu kita memahami lebih baik apa yang memengaruhi niat dan perilaku untuk menggunakan *capsule wardrobe*.
4. Terakhir, adalah bahwa penelitian lebih lanjut harus menggunakan pendekatan atau metode penelitian yang beragam. Pendekatan seperti metode kualitatif atau metode campuran, misalnya, diharapkan dapat meningkatkan pemahaman kita tentang motivasi, persepsi, dan tantangan yang dihadapi orang untuk mengadopsi gaya berpakaian yang berkelanjutan.