

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana *environmental knowledge*, *product knowledge*, *perceived quality*, dan *buying effort* terhadap *purchase intention* produk kerajinan daur ulang yang terbuat dari limbah sabut kelapa di Sumatera Barat. Penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk membeli produk ramah lingkungan, khususnya kerajinan tangan yang terbuat dari limbah pertanian yang tidak hanya memiliki nilai ekonomi tetapi juga mendukung kelestarian lingkungan. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan di Provinsi Sumatera Barat melalui distribusi kuesioner secara langsung (offline) untuk memperoleh data primer dari responden. Kriteria untuk responden mencakup individu berusia di atas 17 tahun, berdomisili di Sumatera Barat, dan memiliki pengetahuan tentang produk kerajinan daur ulang yang terbuat dari limbah sabut kelapa. Berdasarkan kriteria tersebut, sebanyak 200 responden berhasil dikumpulkan dari berbagai daerah di Sumatera Barat. Data yang telah diperoleh kemudian diproses dan dianalisis dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25 dan *microsoft excel*. Hasil pengolahan data menghasilkan beberapa temuan utama, sebagai berikut:

1. *Environmental knowledge* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* pada produk kerajinan daur ulang dari limbah sabut kelapa di Sumatera Barat. Artinya, semakin baik pemahaman konsumen mengenai isu lingkungan dan pentingnya keberlanjutan, maka semakin besar niat pembelian mereka terhadap produk kerajinan daur ulang atau produk ramah lingkungan.
2. *Product knowledge* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* pada produk kerajinan daur ulang dari limbah sabut kelapa di Sumatera Barat. Hal ini menegaskan bahwa tingkat pengetahuan dan familiaritas konsumen terhadap karakteristik, fungsi serta

manfaat produk turut meningkatkan peluang mereka untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

3. *Perceived quality* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* pada produk kerajinan daur ulang dari limbah sabut kelapa di Sumatera Barat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi atau pandangan konsumen terhadap kualitas produk, baik itu dari segi daya tahan, bahan, ataupun nilai estetika. Dan semua hal tersebut memiliki peranan penting dalam membentuk minat beli terhadap produk kerajinan daur ulang berbahan limbah sabut kelapa.
4. *Buying effort* ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* pada produk kerajinan daur ulang dari limbah sabut kelapa di Sumatera Barat. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin besar usaha yang bersedia dikeluarkan konsumen dalam memperoleh produk, seperti melakukan pencarian informasi atau menyesuaikan diri dengan keterbatasan akses, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk melakukan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa upaya yang dilakukan konsumen tidak semata-mata dipersepsikan sebagai hambatan, melainkan sebagai bentuk keterlibatan dan ketertarikan terhadap nilai dan keunikan produk yang ditawarkan.

## 5.2 Implikasi Penelitian

Kesimpulan penelitian ini memiliki sejumlah implikasi penting bagi para pembaca maupun penjual kerajinan tangan daur ulang yang terbuat dari sisa sabut kelapa. Berikut ini adalah implikasi-implikasi tersebut:

### 1. Implikasi Teoritis

Temuan penelitian ini, yang menekankan bagaimana pengetahuan dan persepsi konsumen mempengaruhi *purchase intention*, secara teoritis mendukung penelitian-penelitian sebelumnya mengenai perilaku konsumen terkait produk ramah lingkungan. Pengaruh positif *environmental knowledge* menunjukkan bahwa kesadaran terhadap isu lingkungan menjadi faktor penting dalam mendorong minat beli terhadap produk daur ulang.

Selain itu, *product knowledge* terbukti meningkatkan niat beli, yang mengindikasikan bahwa pemahaman konsumen terhadap karakteristik dan manfaat produk berperan dalam proses pengambilan keputusan. Temuan mengenai *perceived quality* menegaskan bahwa persepsi konsumen terhadap mutu produk tetap menjadi determinan utama dalam menilai kelayakan suatu produk, meskipun berbasis daur ulang. Di satu sisi, *buying effort* tidak hanya dipersepsikan sebagai hambatan dalam proses pembelian. Dalam konteks produk kerajinan daur ulang, usaha yang dikeluarkan konsumen justru dapat memperkuat niat beli, terutama ketika usaha tersebut dianggap sepadan dengan nilai dan manfaat produk. Dengan demikian, keterlibatan dan kesediaan konsumen untuk berupaya menjadi bagian penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

## 2. Implikasi Praktis

Secara praktis, temuan penelitian ini memberikan arahan bagi pelaku usaha kerajinan daur ulang dari limbah sabut kelapa di Sumatera Barat dalam merancang strategi pemasaran dan operasional. Pentingnya *environmental knowledge* dan *product knowledge* menunjukkan bahwa produsen perlu mengedukasi konsumen mengenai nilai lingkungan, bahan, serta manfaat produk secara jelas dan konsisten. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui narasi produk, label informasi, maupun media promosi yang mudah diakses. Selain itu, menjaga *perceived quality* menjadi hal yang krusial agar konsumen tetap memandang produk daur ulang sebagai produk yang bernilai dan layak dibeli. Tidak hanya itu, pelaku usaha perlu mengelola *buying effort* secara tepat dengan memperluas saluran distribusi dan menyederhanakan proses pembelian, tanpa menghilangkan nilai dan keunikan produk. Upaya ini bertujuan agar usaha yang dikeluarkan konsumen tetap berada pada tingkat yang wajar dan sepadan dengan manfaat yang diperoleh.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pandangan peneliti, penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam penelitian selanjutnya, sama halnya dengan penelitian-penelitian lainnya. Diharapkan keterbatasan-keterbatasan ini dapat menjadi landasan untuk meningkatkan kualitas penelitian-penelitian berikutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Karena penelitian ini hanya mencakup Provinsi Sumatera Barat, kesimpulannya belum dapat diterapkan pada wilayah lain untuk menjelaskan perilaku konsumen.
2. Penelitian ini hanya meneliti *environmental knowledge*, *product knowledge*, *perceived quality*, dan *buying effort*, dan masih ada sejumlah variabel lain yang mungkin mempengaruhi niat beli.
3. Karena kuesioner offline digunakan untuk mengumpulkan data, jawaban responden sangat dipengaruhi oleh pendapat pribadi mereka.
4. Dengan 200 responden, penelitian ini hanya membahas satu topik: produk kerajinan tangan yang dibuat dari limbah sabut kelapa daur ulang. *Microsoft Excel* dan *SPSS* versi 25 digunakan untuk menganalisis data.

### 5.4 Saran Penelitian

Beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya didasarkan pada analisis dan temuan penelitian, serta berbagai keterbatasan yang ditemukan. Rekomendasi tersebut meliputi:

1. Untuk meningkatkan generalisasi temuan, penelitian selanjutnya sebaiknya memperluas cakupan dan ruang lingkup studi. Untuk meningkatkan akurasi hasil, disarankan pula untuk menggunakan ukuran sampel yang lebih besar.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan variabel relevan lainnya yang mempengaruhi niat beli, karena model penelitian saat ini baru mampu menjelaskan 61,1% variasi *purchase intention*, sehingga terdapat 38,9% faktor lain yang belum terungkap secara ilmiah. Variabel seperti harga, citra merek, kepercayaan konsumen, dan pengaruh norma sosial diusulkan

karena relevansinya yang tinggi terhadap profil responden berpendapatan rendah serta landasan TPB yang digunakan dalam penelitian ini.

3. Untuk meningkatkan jumlah responden, penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan beragam teknik pengumpulan data, termasuk kuesioner daring, observasi, dan wawancara.
4. Untuk menghasilkan hasil analisis yang lebih mendalam, penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan teknik analisis yang lebih komprehensif, seperti pemodelan persamaan struktural (SEM).

