

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian dengan judul “Pengaruh *Green Buying Behavior*, *Green Advertising*, *Green Brand*, Dan *Green Perceived Value* Terhadap *Green Satisfaction* (Studi Pada Konsumen *Handicraft* Karung Goni Di Kabupaten Kudus)” diambil beberapa kesimpulan diantaranya menunjukkan bahwa laki-laki lebih mendominasi dari keseluruhan total responden. Berdasarkan hasil peneliti yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan:

- a. Variabel *Green Buying Behavior* (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *handicraft* karung goni di kabupaten kudus. Variabel X_1 (*Green Buying Behavior*) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,552 > 1,9828$), dengan nilai probabilitas sebesar 0,001. Nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi ($0,001 < 0,05$) yang menunjukkan arti bahwa variabel *Green Buying Behavior* berpengaruh signifikan terhadap *Green Satisfaction*, sehingga hipotesis diterima.
- b. Variabel *Green Advertaising* (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *handicraft* karung goni di kabupaten kudus. Variabel X_2 (*Green Advertaising*) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,110 > 1,9828$), dengan nilai probabilitas sebesar 0,037. Nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi ($0,037 < 0,05$) yang menunjukkan arti bahwa variabel *Green Advertaising* berpengaruh signifikan terhadap *Green Satisfaction*, sehingga hipotesis diterima.
- c. Variabel *Green Brand* (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *handicraft* karung goni di kabupaten kudus. Variabel X_3 (*Green Brand*) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,468 > 1,9828$), dengan nilai probabilitas sebesar 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$) yang menunjukkan arti bahwa variabel *Green Brand* berpengaruh signifikan terhadap *Green Satisfaction*, sehingga hipotesis diterima.
- d. Variabel *Green Perceived Value* (X_4) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *handicraft* karung goni di kabupaten kudus. Variabel X_4 (*Green Perceived Value*) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,315 > 1,9828$), dengan nilai probabilitas sebesar 0,001. Nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi ($0,001 < 0,05$) yang menunjukkan arti bahwa variabel *Green Brand* berpengaruh

signifikan terhadap *Green Satisfaction*, sehingga hipotesis diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti mengajukan beberapa saran yang akan disampaikan, yaitu:

1. Bagi pemerintah, dengan adanya penelitian ini dapat diharapkan untuk lebih bijak dalam mengambil keputusan yang melibatkan penggunaan kemasan sekali pakai dalam mengendalikan atau meminimalisir pencemaran bagi lingkungan sekitar.
2. Bagi para pelaku usaha, dengan adanya penelitian ini dapat diharapkan kedepannya para pelaku usaha untuk sektor kreatif berupa *handicraft* karung goni untuk lebih bijak dalam mengambil keputusan terutamanya terhadap kepuasan pelanggan, karena kepuasan konsumen sangat berpengaruh kedepan bagi pelaku usaha untuk terus mengembangkan baik dari produknya maupun usahanya.
3. Bagi akademisi, dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dalam penyusunan artikel ilmiah, jurnal maupun tugas akhir skripsi.
4. Bagi peneliti selanjutnya, bagi penelitian selanjutnya yang akan datang dengan topik yang serupa diharapkan supaya menyempurnakan penelitiannya seperti dengan memberi tambahan variabel bebas lain yang mungkin dapat berpengaruh terhadap *green satisfaction* yang belum dicantumkan didalam penelitian ini. Selain itu apabila dimungkinkan peneliti bisa menambah jumlah partisipan agar terjadi peningkatan kualitas penelitian.

C. Keterbatasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan diatas, peneliti menemukan keterbatasan penelitian ini, dalam penelitian ini peneliti ini berfokus pada sebagian sektor ekonomimakro kreatif berupa *handiraft* karung goni saja, tidak menyertakan ekonomimikro yang merujuk pada salah satu umkm kreatif yang ada di kabupaten kudus. Untuk penelitian selanjutnya, bisa membahas lebih spesifik yang merujuk pada salah satu umkm kreatif yang ada di kabupaten kudus.