

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menguji pengaruh eco-label dan eco-brand terhadap minat beli konsumen pada produk Sensatia Botanicals. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Eco-label* memberikan kontribusi positif terhadap minat beli konsumen pada produk Sensatia Botanicals. Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan label lingkungan pada produk dapat meningkatkan keyakinan konsumen terhadap kualitas dan kepedulian lingkungan dari produk tersebut. Indikator dengan pengaruh tertinggi terletak pada indikator ketiga yang berkaitan dengan penilaian responden terhadap *eco-label* yang berperan secara efektif dalam menarik konsumen yang peduli terhadap lingkungan sehingga mengindikasikan bahwa konsumen sangat memperhatikan keberadaan label lingkungan yang jelas dan terpercaya.
2. *Eco-brand* juga memberikan kontribusi positif terhadap minat beli. Merek yang memiliki citra ramah lingkungan mampu menciptakan kesan positif dalam benak konsumen, sehingga mendorong mereka untuk memilih produk tersebut. Indikator yang paling kuat pada variabel *eco-brand* terletak pada indikator kedua yang menilai sejauh mana responden merasa apabila menggunakan produk Sensatia Botanicals mencerminkan kepedulian

lingkungan yang menandakan bahwa reputasi merek sebagai brand yang peduli terhadap isu lingkungan sangat mempengaruhi daya tarik pembelian.

3. Minat beli terhadap produk Sensatia Botanicals dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap keberlanjutan produk. Hal ini tercermin dari indikator ketiga pada variabel minat beli yang memiliki nilai *cross loadings* tertinggi yang menunjukkan bahwa konsumen memiliki intensi yang tinggi untuk membeli produk ketika mereka merasa yakin bahwa produk tersebut mendukung praktik ramah lingkungan.
4. Keseluruhan hasil penelitian ini menegaskan bahwa strategi pemasaran berbasis keberlanjutan seperti penggunaan *eco-label* dan penguatan citra *eco-brand* sangat relevan dalam membentuk minat beli konsumen, khususnya dalam industri kecantikan alami. Konsumen cenderung memberikan respons positif terhadap produk yang secara nyata menunjukkan komitmen terhadap pelestarian lingkungan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Pada variabel *eco-label*, indikator dengan nilai *cross loadings* tertinggi terletak pada indikator ketiga yang menunjukkan bahwa konsumen sangat memperhatikan efektivitas label ramah lingkungan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, disarankan agar Sensatia Botanicals memperjelas dan menonjolkan informasi *eco-label* pada kemasan produk, seperti sertifikasi resmi, ikon ramah lingkungan, atau pesan edukatif yang

mudah dipahami. Hal ini dapat memperkuat daya tarik produk di mata konsumen yang peduli terhadap isu lingkungan.

2. Pada variabel *eco-brand*, indikator dengan nilai *cross loadings* tertinggi terletak pada indikator kedua yang menunjukkan bahwa konsumen sangat mengapresiasi citra merek yang menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk terus membangun citra merek yang konsisten dan kuat melalui berbagai media komunikasi, seperti kampanye digital, publikasi program keberlanjutan, serta edukasi konsumen mengenai praktik ramah lingkungan yang dijalankan oleh perusahaan.
3. Pada variabel minat beli, indikator dengan nilai *cross loadings* tertinggi terletak pada indikator ketiga yang mencerminkan bahwa preferensi konsumen terhadap produk Sensatia Botanicals dibandingkan merek lain cukup tinggi. Oleh karena itu, Sensatia Botanicals perlu menjaga kualitas produk, memperkuat nilai keunggulan kompetitif, serta terus menonjolkan komitmen lingkungan yang membedakan produk dari kompetitor sejenis.
4. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar penelitian ini diperluas dengan menambahkan variabel lain seperti *green trust*, *environmental concern*, dan *environmental awareness* guna mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh. Selain itu, memperluas wilayah penelitian ke luar Surabaya akan memberikan hasil yang lebih representatif dan dapat digeneralisasikan secara lebih luas.