

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Tujuan dalam penelitian ini adalah menguji dan menganalisis hubungan sikap dan penilaian Etika konsumen (*Ethical Judgments*), yang mana dimensi dari penilaian etika konsumen terdiri dari: *Actively Benefiting*, *Passively Benefiting*, *Deceptive “Legal” Practices*, *No harm* atau *Indirect Harm*. Metode yang digunakan dengan metode deskriptif atau survei dengan cara menyebarkan kuesioner sebanyak 450 responden di sekitar Universitas Kristen Maranatha yang secara khususnya adalah wanita pada usia *baby Busters* (usia 20 tahun samapi 32 tahun). Metode analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode korelasi *pearson*.

Berdasarkan hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen, menunjukkan *Passively Benefiting*, *Deceptive “Legal” Practices*, *No harm/ Indirect Harm* tidak memiliki hubungan dengan sikap konsumen. Jadi, sikap dan penilaian etika konsumen (*ethical judgement*) tidak memiliki hubungan, maka orang-orang yang memiliki sikap baik belum tentu memiliki etika yang baik sedangkan orang-orang yang memiliki etika yang baik belum tentu baik dalam sikapnya.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini dapat memberikan implikasi untuk berbagai macam pihak-pihak yang berhubungan seperti Konsumen, Lingkungan dan masyarakat secara luas.

Bagi konsumen secara individu maka dapat mengurangi perilaku dan tindakan yang sedikitnya di nilai kurang etis dan berpengaruh negatif dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai contoh: jika kita melakukan tindakan ” Meminum sekaleng minuman ringan di pasar swalayan tanpa membayar ” maka sebagai konsumen seharusnya kita membayar apa yang sudah kita lakukan sehingga tidak merugikan orang lain dan diri kita. Perilaku kita akan mencerminkan bagaimana diri kita secara keseluruhannya.

Bagi lingkungan sekitar kita akan lebih seimbang bila kita sebagai konsumen melakukan apa yang seharusnya kita lakukan dalam berperilaku. Menumbuhkan dan memperkuat etik, nilai dapat memperkuat kemampuan dalam membedakan yang benar dan yang salah, antara yang patut dan tidak patut, antara yang benar dan tidak benar, antara kepentingan sendiri dan kepentingan masyarakat, antara yang layak dan tidak layak.

Bagi masyarakat secara luas yang terdiri dari keluarga, lembaga-lembaga pendidikan dan lainnya, agar nilai etik tidak hanya dilakukan pada sesama manusia tetapi terhadap siapapun juga yang hidup bersama dengan kita Sehingga masyarakat dapat memberikan kontribusi secara lebih positif lagi tentang hubungan sikap dan Etika konsumen ( *Ethical Judgement* ).

### 5.3 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini masih banyak terdapat batasan-batasan yang perlu diperbaiki lagi, antara lain :

1. Responden yang digunakan dalam penelitian ini hanya wanita dengan kriteria *baby buster* (usia antara 20 tahun sampai 32 tahun).
2. Peneliti tidak meneliti perilaku konsumen (*behavior*).
3. Dalam penelitian yang diadopsi dari penelitian Vitell&Muncy (1992) dan hanya dilakukan pada masyarakat Indonesia.
4. Responden yang dituju dalam penelitian ini adalah sebaiknya orang-orang yang benar-benar memahami etika.

### 5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada simpulan yang telah diuraikan sebelumnya maka ada beberapa saran yang diberikan sebagai masukan untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan diharapkan dapat bermanfaat dalam hubungannya sikap konsumen dan penilaian etika konsumen yaitu sebagai berikut:

- Sebaiknya untuk penelitian selanjutnya responden yang digunakan lebih bervariasi lagi bukan hanya wanita dengan kriteria *baby buster* (usia antara 20 tahun sampai 32 tahun) agar bisa mengetahui bagaimana sikap dan penilaian etika dari konsumen dari berbagai lapisan masyarakat.

- Sebaiknya untuk penelitian berikutnya lebih menjelaskan lagi perbedaan sikap dan perilaku konsumen karna masih banyaknya orang yang berpendapat sikap dan perilaku konsumen sama namun Sikap adalah dasar untuk memprediksikan perilaku (*behavior*).
- Sebaiknya untuk penelitian berikutnya lebih spesifik dan fokus lagi baik dari penentuan responden, jumlah sampel dan lainnya sehingga lingkup penelitian tidak terlalu luas dan menjadi lebih akurat lagi sehingga tidak hanya berfokus pada orang-orang tertentu.
- Sebaiknya untuk penelitian berikutnya bukan hanya berfokus pada responden secara luas dan umum saja namun lebih berfokus dan tertuju pada orang-orang yang memahami etika.