

## BAB V SIMPULAN & SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisa dan pengolahan data pada penelitian tentang “Analisa Persepsi dan Preferensi Terhadap *Green Marketing* Pada Konsumen Daily Food Hall Paris Van Java Bandung” maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari analisis statistik data responden diketahui bahwa responden laki-laki dan perempuan keduanya sebanyak 70 orang dari 140 responden atau 50% laki-laki dan 50% perempuan.
2. Dilihat dari uji validitas ditemukan bahwa *item* yang valid adalah *item* P1, P2, P3, P4, P5, P6, P8, P9, P11. Sedangkan yang tidak valid adalah *item* P7 dan P10.
3. Dari hasil uji reliabilitas, instrumen dinyatakan reliabel karena lebih besar dari nilai *cronbach alpha*. Variabel persepsi dengan *cronbach alpha* = 0,784  $\geq$  0,50. Variabel preferensi dengan *cronbach alpha* = 0,699  $\geq$  0,50. Dari hasil uji reliabilitas seluruh variabel yang telah dinyatakan valid juga dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach alpha*  $\geq$  0,50 dan nilai *cronbach alpha if item deleted*  $\leq$  *cronbach alpha*.
4. Dari hasil *one way analysis of variance* (anova) didapatkan hasil untuk persepsi berdasarkan jenis kelamin dengan sig. 0,867 > 0,05, preferensi berdasarkan jenis kelamin dengan sig. 0,889 > 0,05, persepsi berdasarkan

tingkat penghasilan dengan sig.  $0,168 > 0,05$ , dan preferensi berdasarkan tingkat penghasilan dengan sig.  $0,029 \leq 0,05$ .

5. Dari hasil pengujian hipotesis (uji-t) didapatkan hasil nilai sig. untuk  $H_1$ ,  $H_2$ , dan  $H_3 > 0,05$  maka  $H_1$ ,  $H_2$ , dan  $H_3$  ditolak yang artinya tidak terdapat perbedaan signifikan dalam persepsi berdasarkan jenis kelamin, tidak terdapat perbedaan signifikan dalam preferensi berdasarkan jenis kelamin, dan tidak terdapat perbedaan signifikan dalam persepsi berdasarkan tingkat penghasilan. Untuk  $H_4$  didapatkan nilai sig.  $\leq 0,05$  maka  $H_4$  diterima yang artinya terdapat perbedaan signifikan dalam preferensi berdasarkan tingkat penghasilan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan serta beberapa kesimpulan pada penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat diberikan, yaitu:

1. Untuk manajemen Daily FoodHall Paris Van Java sebaiknya lebih memperhatikan produk makanan agar meningkatkan konsumen untuk mengunjungi Daily FoodHall Paris Van Java.
2. Manajemen Daily FoodHall Paris Van Java sebaiknya melakukan promosi melalui brosur atau media promosi lainnya agar dapat menarik konsumen.
3. Manajemen Daily FoodHall Paris Van Java sebaiknya lebih menjaga kebersihan agar konsumen merasa nyaman.
4. Manajemen Daily FoodHall Paris Van Java sebaiknya membuka cabang lain untuk memperluas pangsa pasar.

5. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya memilih responden yang lebih bervariasi dan obyek penelitian lain agar dapat memberikan hasil yang lebih akurat.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini masih mempunyai keterbatasan-keterbatasan. Adanya keterbatasan ini diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Pada penelitian ini tidak diteliti pekerjaan dari masing-masing responden sehingga hasil yang didapat tidak mewakili.
2. Pada pengisian kuesioner responden kurang memiliki pengetahuan mengenai *green marketing* sehingga tidak konsisten dalam mengisi pernyataan,
3. Pada penelitian ini hanya dilakukan pada sektor makanan saja sehingga tidak dapat mewakili persepsi dan preferensi *green marketing* secara keseluruhan.

### **5.4 Implikasi Penelitian**

1. Implikasi penelitian ini bertujuan untuk melihat bahwa persepsi dan preferensi *green marketing* harus dikelola dengan baik oleh setiap perusahaan agar memberi kesadaran bagi konsumen dimana dalam hal ini yaitu Daily FoodHall Paris Van Java.
2. Di saat Daily FoodHall Paris Van Java mengelola persepsi dan preferensi *green marketing* dengan baik dalam hal ini peningkatan kualitas produk

makanan mulai dari *packaging* dan bauran promosi, maka tingkat kesadaran konsumen akan pentingnya produk hijau akan semakin tinggi.

