

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, diperoleh kesimpulan yang mengacu pada tujuan penelitian, sebagai berikut:

1. Nilai *willingness to pay* konsumen terhadap kantong belanja berbayar di Purwokerto adalah sebesar Rp4.954.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi linear, diketahui bahwa variabel pendapatan dan kesadaran lingkungan berpengaruh positif secara signifikan terhadap *willingness to pay* (WTP) konsumen terhadap kantong belanja berbayar di Purwokerto. Sementara itu, variabel usia dan tingkat pendidikan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *willingness to pay* (WTP).
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari keempat variabel yang dianalisis, pendapatan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap *willingness to pay* (WTP) konsumen terhadap kantong belanja berbayar di Purwokerto.

#### **B. Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa pendapatan dan kesadaran lingkungan merupakan dua variabel yang berpengaruh signifikan

terhadap *willingness to pay* (WTP) konsumen terhadap kantong belanja berbayar, yaitu sebagai berikut:

1. Pendapatan

Mayoritas responden dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 65 dari 155 responden (41,94%), memiliki pendapatan di bawah Rp1.500.000 per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan ekonomi menjadi faktor penentu penting dalam perilaku konsumtif ramah lingkungan. Oleh karena itu, harga kantong belanja berbayar sebaiknya tidak dipatok terlalu tinggi, agar tetap terjangkau bagi konsumen berpendapatan rendah dan tidak menimbulkan resistensi terhadap kebijakan tersebut.

2. Kesadaran Lingkungan

Kesadaran lingkungan terbukti berpengaruh positif, dengan sebagian besar responden menunjukkan tingkat kepedulian yang lebih tinggi terhadap isu lingkungan. Fakta ini memberikan peluang bagi pihak supermarket dan instansi terkait untuk memperkuat ramah lingkungan melalui pendekatan *non* ekonomi. Salah satu bentuk nyata yang dapat dilakukan adalah dengan menyediakan kantong belanja yang ramah lingkungan, nyaman digunakan, dan dapat dipakai berulang kali, sebagai alternatif yang tidak hanya berfungsi praktis, tetapi juga edukatif. Selain itu, penyediaan fasilitas tempat sampah terpilah antara sampah organik dan nonorganik di sekitar area belanja dapat memperkuat perilaku konsumen terhadap pengelolaan limbah yang bertanggungjawab. Untuk menjaga dan meningkatkan kepedulian

lingkungan secara berkelanjutan, perlu dilakukan kampanye edukatif yang konsisten, baik melalui media sosial, poster informatif, maupun aktivitas langsung di lokasi belanja, guna mendorong masyarakat untuk lebih sadar dan aktif dalam mendukung kebijakan pengurangan plastik sekali pakai.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki keterbatasan penelitian yaitu penggunaan data *cross-section* pada penelitian WTP konsumen terhadap kantong plastik berbayar di Purwokerto adalah data hanya memotret satu waktu sehingga tidak bisa menangkap perubahan perilaku, kebiasaan belanja, atau pengaruh kebijakan/isu lingkungan dari waktu ke waktu.

