

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan data hasil penyebaran angket kepada 100 orang responden pada event Pekan Raya Jakarta (PRJ) 2015 di JIExpo Kemayoran Jakarta, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya terima konsumen terhadap kalung rajut dari limbah kantong plastik menyatakan bahwa lebih dari separuh responden memberikan reaksi yang baik terhadap produk kalung rajut dari limbah kantong plastik.

Terdapat 3 (tiga) dimensi yang mempengaruhi daya terima konsumen terhadap kalung rajut dari limbah kantong plastik, yakni daya terima terhadap dimensi kognitif yang terdiri dari indikator evaluasi, informasi dan pengetahuan konsumen terhadap atribut produk terhadap desain kalung dengan sub indikator bentuk, warna, dan tekstur kalung. Terdapat pula daya terima pada dimensi afektif yang terdiri dari indikator perasaan atau emosi konsumen terhadap kalung rajut dari limbah kantong plastik. Selanjutnya daya terima terhadap dimensi konatif yang terdiri dari indikator terhadap ketertarikan dan keinginan pakai kalung rajut dari limbah kantong plastik.

Dari ke tiga dimensi tersebut, hasil menunjukkan bahwa reaksi daya terima perhatian terhadap desain kalung memiliki pengaruh sebesar 73 % paling besar dibandingkan dengan pernyataan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa reaksi terhadap desain kalung yaitu bentuk, warna, dan tekstur kalung merupakan suatu

sikap kesukaan yang ditunjukkan oleh konsumen. Dari kelima desain kalung, maka kalung model no 2 adalah kalung yang paling menarik, disukai, dan ingin dipakai oleh konsumen atau kalung yang paling diterima oleh konsumen. Dalam hal ini produk kalung rajut dari limbah kantong plastik diterima dengan baik oleh konsumen.

5.2 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka implikasi yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian adalah :

1. Dengan adanya daya terima konsumen terhadap kalung rajut dari limbah kantong plastik, maka limbah kantong plastik dapat menjadi inspirasi dan pilihan baru sebagai bahan dasar pembuatan aksesoris.
2. Mengembangkan ide, kreatifitas serta kemampuan mahasiswa dalam membuat sesuatu yang biasa menjadi hal yang lebih bernilai.
3. Mendorong konsumen wanita untuk terus mengenakan kalung rajut dari limbah kantong plastik diberbagai kesempatan sebagai bentuk apresiasi perwujudan cinta tanah air dengan mencintai produk dalam negeri.
4. Sebagai salah satu referensi bagi Universitas Negeri Jakarta dalam penelitian selanjutnya mengenai limbah kantong plastik.

1.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian daya terima konsumen terhadap kalung bubur kertas limbah koran yang telah dijabarkan diatas, maka diharapkan :

1. Sebagai mahasiswa yang kreatif diharapkan lebih memaksimalkan potensi sekitar lingkungan agar menjadi sesuatu yang dapat lebih berguna.
2. Diharapkan lebih banyak lagi materi-materi alternatif yang dapat digunakan dalam membuat aksesoris.
3. Penelitian ini hendaknya dijadikan acuan bahwa setiap sesuatu yang sudah dianggap sebagai barang yang sudah tidak mempunyai nilai atau tidak berharga seperti limbah kantong plastik dapat menjadi sesuatu yang sangat bernilai dalam hal ekonomi.

Daftar Pustaka

- Arikunto Suharsimi, 2010, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bonita Yohana, 2014, *Knitting*, Jakarta: Demedia
- Budiarto Teguh dan Fandi Ciptono, 1997, *Pemasaran Internasional*. Yogyakarta: BPFE.
- Chodijah & Moh. Alim Zaman, 2001, *Desain Mode Tingkat Dasar*, Jakarta : Meutia Cipta Sarana.
- Dameria Anne, 2007, *Color Basic Paduan Dasar Warna untuk Desainer & Industri Grafika*. Jakarta: Link & Match Graphic.
- Daryanto dan Setyabudi, 2014, *Konsumen Dan Pelayana Prima*, Yogyakarta: Gava Media.
- Dwiastuti Rini, Shinta Agustina dan Rianti Isaskar, 2012, *Ilmu Perilaku Konsumen*, Malang: UB Press.
- Eriyanto, 2007, *Teknik Sampling: Analisis Opini Publik*, Yogyakarta: Likis Yogyakarta.
- Fandi Tjipto, 2006, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Gunarsa Singgih D. dan Ny. Y. Singgih Gunarsa, 2004, *Psikologi Praktis: Anak, Remaja, dan Keluarga*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Halim Abdul, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis Dan Perkembangan Pemikiran*, Bandung: Nusa Media.
- Hardisurya Irma, 2004, *Warna Bagi Citra & Penampilan*, Jakarta: PT. Gaya Favorit Press.

- Husein Umar, 2010, *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia.
- Kotler Philip, 1987, *Dasar - Dasar Pemasaran Edisi 3*. Jakarta: CV. Intermedia Jakarta.
- Kristianto Lilik Paulus, 2011, *Psikologi Pemasaran*, Yogyakarta; CAPS.
- Meadows Toby, 2012, *How To Set Up & Run A Fashion Label*, London: Laurence King Publishing.
- Migristine Ririn, 2009, *Pengelolaan Sampah Plastik*, Bandung : Titian Ilmu.
- Nasution Az, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media.
- Nazir Moh, 2009, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nugroho Adi, 2003, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Studia Press.
- Paul Peter J dan Jerry Olson C, *Prilaku Konsumen Dan Marketing Strategy*, 2014, Jakarta: Salemba Empat.
- Saifuddin Azwar, 1995, *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, Ed. 2, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Simamora Bilson, 2004, *Panduan Riset Prilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia.
- Soekarno dan Lanawati Basuki, 2003. *Panduan Membuat Ilustrasi Busana Tingkat Dasar*, Jakarta: Kawan Pustaka.
- Soemarno Uci, 2008, *Red Communications Kalung*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiono, 2008, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto Danang, 2014, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS.

Sutisno, 2001, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Remaja Rosada Karya

Taufiq Amir, 2005, *Dinamika Pemasaran: Jelajahi Dan Rasakan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Tim Penyusun Kamus Pusat dan Pengembangan Bahasa, 1990, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Tri Celina, 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika.

Walgito Bimo, 2001, *Psikologi Sosial*, Yogyakarta: Andi.

SUMBER INTERNET:

www.bahanplastik.com

www.pendidikanekonomi.com/2013/08/unsur-unsur-atribut-produk.html

www.scribd.com/doc/99599472/Pemanfaatan-Limbah-Kantong-Plastik

www.wikipedia.org/wiki/Wanita.co.id

www.wwf.or.id