

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah terkumpul pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Adanya pengaruh positif dan signifikan pada variabel *financial self-efficacy* terhadap *eco-anxiety affective symptoms* pada penggunaan kendaraan listrik. Penelitian ini menunjukkan bahwa (H1) *financial self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *eco-anxiety affective symptoms*
2. Adanya pengaruh positif dan signifikan pada variabel *financial self-efficacy* terhadap *eco-anxiety rumination* dalam penggunaan kendaraan listrik. Penelitian ini menunjukkan bahwa (H2) *financial self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *eco-anxiety rumination*
3. Adanya pengaruh positif dan signifikan pada variabel *financial self-efficacy* terhadap *eco-anxiety behavioral symptoms*. Penelitian ini menunjukkan bahwa (H3) *financial self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *eco-anxiety behavioral symptoms*.
4. Adanya pengaruh positif dan signifikan pada variabel *financial self-efficacy* terhadap *eco-anxiety about personal impact*. Penelitian ini menunjukkan bahwa (H4) menyatakan bahwa *financial self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *eco-anxiety about personal impact*.

5. Adanya pengaruh positif tidak signifikan variabel *eco-anxiety affective symptoms* terhadap *attitudinal loyalty* pada pengguna kendaraan listrik. Penelitian ini menunjukkan bahwa (H5) *eco-anxiety affective symptoms* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *attitudinal loyalty*.
6. Adanya pengaruh positif tidak signifikan variabel *eco-anxiety rumination* terhadap *attitudinal loyalty* pada pengguna kendaraan listrik. Penelitian ini menunjukkan bahwa (H6) *eco-anxiety rumination* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *attitudinal loyalty*.
7. Adanya pengaruh positif tidak signifikan variabel *eco-anxiety behavioral symptoms* terhadap *attitudinal loyalty* pada pengguna kendaraan listrik. Penelitian ini menunjukkan bahwa (H7) *eco-anxiety behavioral symptoms* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *attitudinal loyalty*.
8. Adanya pengaruh positif tidak signifikan variabel *eco-anxiety about personal impact* terhadap *attitudinal loyalty* pada pengguna kendaraan listrik. Penelitian ini menunjukkan bahwa (H8) *eco-anxiety about personal impact* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *attitudinal loyalty*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang dilakukan masih memiliki keterbatasan yaitu :

1. Penelitian ini menggunakan non-probability sampling sehingga membatasi generalisasi hasil penelitian
2. Belum ada penelitian yang melakukan penelitian lebih lanjut mengenai empat dimensi *eco-anxiety* yaitu *eco-anxiety affective symptoms*, *eco-*

anxiety rumination eco-anxiety behavioral symptoms, eco-anxiety about personal impact hanya ada satu peneliti yang sudah meneliti empat dimensi *eco-anxiety* (Hogg et al., 2021).

3. Penelitian mengenai *anxiety* terhadap *loyalty* juga masih sedikit hanya ada dua peneliti yaitu (Batouei et al., 2019; Rajaobelina et al., 2021)
4. Penelitian ini menunjukkan angka R kurang bagus yang menunjukkan bahwa kurangnya pengaruh variabel eksogen terhadap endogen.

5.3 Saran

Implikasi Teoritis

Temuan pada penelitian ini memberikan implikasi teoritis. Pertama, *financial self-efficacy* menjadi penentu *eco-anxiety*. Hasil dari penelitian ini menspesifikasikan bahwa *financial self-efficacy* merupakan penentu dari masing-masing dimensi *eco-anxiety* (*eco-anxiety affective symptoms, eco-anxiety rumination, eco-anxiety behavioral symptoms* dan *eco-anxiety about personal impact*). Implikasi teoritis ini penting karena penelitian sebelumnya fokus pada kecemasan dengan konteks non lingkungan yaitu kecemasan finansial dalam penggunaan Bitcoin di era COVID-19 (Kim, 2021), kecemasan pada persediaan bahan makanan (Omar et al., 2021), dan kecemasan dalam penggunaan sosial media (Dempsey et al., 2019). Implikasi teoritis pada penelitian ini penting karena dimensi *eco-anxiety* telah teliti tapi belum disertai dengan penentu *eco-anxiety* (Hogg et al., 2021).

Kedua, *eco-anxiety* menjadi penentu *attitudinal loyalty*. Hasil dari penelitian ini menspesifikasi bahwa dari empat dimensi *eco-anxiety* tidak menjadi

penentu *attitudinal loyalty*. Implikasi penelitian ini penting karena penelitian sebelumnya fokus pada kecemasan konsumen yang mengarah loyalitas pada maskapai penerbangan (Batouei et al., 2019), loyalitas pada layanan chatbot (Rajaobelina et al., 2021). Implikasi teoritis pada penelitian ini penting karena dimensi *eco-anxiety* (*eco-anxiety affective symptoms, eco-anxiety rumination, eco-anxiety behavioral symptoms* dan *eco-anxiety about personal impact*) belum pernah diteliti mengarah pada loyalitas (Hogg et al., 2021).

Ketiga, penelitian ini diharapkan bisa lebih dikembangkan lagi mengenai produk ramah lingkungan lainnya. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa menambah variabel yang berhubungan dengan loyalitas konsumen pada kendaraan listrik. Harapannya peneliti menemukan faktor apa saja yang bisa membuat konsumen cemas pada lingkungan bisa bersikap loyal.

Implikasi Manajerial

Penelitian ini memiliki dua implikasi manajerial. Pertama, pemasar harus memantau kekuatan finansial konsumen untuk membeli produk ramah lingkungan. Penyebabnya karena mahalnya produk ramah lingkungan tersebut dapat memicu konsumen mengalami *eco-anxiety*. Perusahaan mobil listrik seharusnya segera membuat mobil listrik yang harganya terjangkau agar konsumen terhindar dari rasa cemas dengan adanya dampak kerusakan lingkungan. Perusahaan bisa melakukan pembuatan mobil listrik yang spesifikasinya sederhana agar bisa menjangkau semua konsumen dengan ekonomi menengah kebawah. Perusahaan bisa mengikuti event pameran mobil dan memasang iklan di sosial media (seperti youtube,

Instagram dan tik tok) agar konsumen mengetahui jika ada mobil listrik dengan harga terjangkau.

Kedua, kecemasan pada kerusakan lingkungan tidak dapat meningkatkan loyalitas konsumen pada produk ramah lingkungan. Perusahaan mobil listrik perlu melakukan sosialisasi tentang dampak positif jika menggunakan mobil yang ramah lingkungan. Perusahaan mobil listrik juga perlu menjelaskan dampak negatif dari penggunaan kendaraan berbahan bakar fosil secara berlebihan. Penjelasan dampak negatif dan positif tersebut dapat meningkatkan loyalitas konsumen pada produk ramah lingkungan. Perusahaan mobil listrik selanjutnya harus melakukan kegiatan pemasaran melalui media sosial agar bisa menjangkau konsumen dari berbagai daerah dan berbagai negara.

DAFTAR RUJUKAN

- Abidin, J., & Hasibuan, F. A. (2019). *Pengaruh dampak pencemaran udara terhadap kesehatan untuk menambah pemahaman masyarakat awam tentang bahaya dari polusi udara*. *September*, 978–979.
- Astuti, A. D. (2018). Penerapan Kantong Plastik Berbayar Sebagai Upaya Mereduksi Penggunaan Kantong Plastik. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan Dan IPTEK*, 12(1), 32–40. <https://doi.org/10.33658/jl.v12i1.50>
- Batouei, A., Iranmanesh, M., Nikbin, D., & Hyun, S. S. (2019). Flight anxiety: investigating the role of airline service quality and flight crew's competence. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(7), 710–724. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1630457>
- Casper Ferm, L. E., & Thaichon, P. (2021). Customer pre-participatory social media drivers and their influence on attitudinal loyalty within the retail banking industry: A multi-group analysis utilizing social exchange theory. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61(April), 102584. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102584>
- Chin, W. W. (2010). Handbook of Partial Least Squares. In *Handbook of Partial Least Squares* (Issue January 2010). <https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8>
- Chin W, M. G. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Formula Modeling. *Advances in Hospitality and Leisure*, 8 (2) (April), 5. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=EDZ5AgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA295&dq=The+partial+least+squares+approach+to+structural+equation+modeling&ots=49uH6qt2lk&sig=Fwg2GGFWp3LUMMjxMu9h4jbOXnA>
- Choi, B., & Kim, H. S. (2020). Customer-to-customer interaction quality, promotion emotion, prevention emotion and attitudinal loyalty in mass services. *Journal of Service Theory and Practice*, 30(3), 257–276. <https://doi.org/10.1108/JSTP-08-2019-0172>
- Dandis, A. O., & Wright, L. T. (2020). The effects of CARTER model on attitudinal loyalty in Islamic banks. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 12(2), 149–171. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-03-2019-0050>
- Dare, S. E., van Dijk, W. W., van Dijk, E., van Dillen, L. F., Gallucci, M., & Simonse, O. (2022). How Executive Functioning and Financial Self-efficacy Predict Subjective Financial Well-Being via Positive Financial Behaviors. *Journal of Family and Economic Issues*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s10834-022-09845-0>
- de Bruijn, E. J., & Antonides, G. (2020). Determinants of financial worry and

- rumination. *Journal of Economic Psychology*, 76, 102233. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2019.102233>
- Dempsey, A. E., O'Brien, K. D., Tiarniyu, M. F., & Elhai, J. D. (2019). Fear of missing out (FoMO) and rumination mediate relations between social anxiety and problematic Facebook use. *Addictive Behaviors Reports*, 9(April), 100150. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2018.100150>
- Dwiyanti Suryono, D. (2019). Sampah Plastik di Perairan Pesisir dan Laut: Implikasi Kepada Ekosistem Pesisir Dki Jakarta. *Jurnal Riset Jakarta*, 12(1), 17–23. <https://doi.org/10.37439/jurnaldrd.v12i1.2>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables. *Journal of Marketing Research*, XVIII(February), 39–50.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hastono, S. P. (2015). Analisis Data SUTANTO PRIYO HASTONO ANALISIS DATA. *Accelerating the Worlds Research*, 3(2), 1–212. https://www.academia.edu/13131341/SUTANTO_PRIYO_HASTONO_Analisis_Data_SUTANTO_PRIYO_HASTONO
- Hogg, T. L., Stanley, S. K., O'Brien, L. V., Wilson, M. S., & Watsford, C. . (2021a). *The Hogg Eco-Anxiety Scale: Development and Validation of a Multidimensional Scale*. 71, 6.
- Hogg, T. L., Stanley, S. K., O'Brien, L. V., Wilson, M. S., & Watsford, C. R. (2021b). *No The Hogg Eco-Anxiety Scale: Development and Validation of a Multidimensional Scale*Title. 3(March), 6.
- Joe F.Hair, Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Joseph F. Hair, Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* - Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt. In *Sage*.
- Joseph F.Hair, Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Kim, Lim, Y., Maleku, A., Kagotho, N., & Yang, M. (2020). Financial Stress and Depression Among African Refugees in the Southern United States: A Serial Multiple Mediation Analysis of Financial Self-Efficacy and Financial Anxiety. *Journal of Immigrant and Refugee Studies*, 18(2), 151–171. <https://doi.org/10.1080/15562948.2019.1593571>
- Kim, M. (2021). A psychological approach to Bitcoin usage behavior in the era of

COVID-19 : Focusing on the role of attitudes toward money. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62(January). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102606>

- Kim, Noh, G. O., & Kim, K. (2021). Behavioural and psychological symptoms of dementia in patients with Alzheimer's disease and family caregiver burden: a path analysis. *BMC Geriatrics*, 21(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s12877-021-02109-w>
- Kline, R. B. (2016). SEM Requires Large Sample. Dalam T. G. PRESS, Principles and Practice of Structural Equation Modeling. In *New York: THE GUILDFORD PRESS* (Vol. 15, Issue 2).
- Kumara, N. S. (2008). Tinjauan Perkembangan Kendaraan Listrik Dunia Hingga Sekarang. *Transmisi*, 10(2), 89-96–96.
- Lee, J. S., & Choi, E. C. (2018). CO2 leakage environmental damage cost – A CCS project in South Korea. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 93(December 2016), 753–758. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2018.04.074>
- Lestari, N. I. (2020). Pengaruh Green Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ramah Lingkungan Konsumen Generasi Y. *Jurnal Ekonomi Vokasi*, 3(1), 36–48.
- Liu, Cai, W., Zhai, M., Zhu, G., Zhang, C., & Jiang, Z. (2021). Decoupling of wastewater eco-environmental damage and China's economic development. *Science of the Total Environment*, 789, 147980. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.147980>
- Liu, L., & Zhang, H. (2021). Financial literacy, self-efficacy and risky credit behavior among college students: Evidence from online consumer credit. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32, 100569. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100569>
- Omar, N. A., Nazri, M. A., Ali, M. H., & Alam, S. S. (2021). The panic buying behavior of consumers during the COVID-19 pandemic: Examining the influences of uncertainty, perceptions of severity, perceptions of scarcity, and anxiety. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62(March), 102600. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102600>
- Prajitno, S. B. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif (pertama). *JINoP (Jurnal Inovasi Pembelajaran)*, 1–29.
- Prianjani, D., & Sutopo, W. (2018). Studi Komparasi Penelitian Standar Kendaraan Listrik Dunia dengan Standar Kendaraan Listrik Indonesia. *Prosiding SNST Ke-9*, 13. www.scopus.com.
- Punyatoya, P. (2019). Effects of cognitive and affective trust on online customer behavior. *Marketing Intelligence and Planning*, 37(1), 80–96. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2018-0058>

- Purohit, S., & Radia, K. N. (2022). Conceptualizing masstige buying behavior: A mixed-method approach. *Journal of Business Research*, 142(June 2021), 886–898. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.023>
- Rahmawati, A. (2019). Pengaruh Jumlah Penduduk, Jumlah Kendaraan Bermotor, PDRB per Kapita dan Kebijakan Fiskal terhadap Konsumsi Energi Minyak di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Dan Pemerataan (JPP)*, 10(1), 1–28.
- Rajaobelina, L., Prom Tep, S., Arcand, M., & Ricard, L. (2021). Creepiness: Its antecedents and impact on loyalty when interacting with a chatbot. *Psychology and Marketing*, 38(12), 2339–2356. <https://doi.org/10.1002/mar.21548>
- Reyes, M. E. S., Carmen, B. P. B., Luminarias, M. E. P., Mangulabnan, S. A. N. B., & Ogunbode, C. A. (2021). An investigation into the relationship between climate change anxiety and mental health among Gen Z Filipinos. *Current Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02099-3>
- Reynolds, N. L., Simintiras, A. C., & Diamantopoulos, A. (2003). Theoretical justification of sampling choices in international marketing research: Key issues and guidelines for researchers. *Journal of International Business Studies*, 34(1), 80–89. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400000>
- Saini, S., & Singh, J. (2020). A Link Between Attitudinal and Behavioral Loyalty of Service Customers. *Business Perspectives and Research*, 8(2), 205–215. <https://doi.org/10.1177/2278533719887452>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* (195th ed.). John Wiley & sons.
- Shammout, A. B. (2020). An empirical investigation of relational bonds on attitudinal and behavioral customer loyalty for Arabic luxury hotel customers. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 21(3), 221–241. <https://doi.org/10.1080/15256480.2018.1464420>
- Shiau, W. L., Yuan, Y., Pu, X., Ray, S., & Chen, C. C. (2020). Understanding fintech continuance: perspectives from self-efficacy and ECT-IS theories. *Industrial Management and Data Systems*, 120(9), 1659–1689. <https://doi.org/10.1108/IMDS-02-2020-0069>
- Shim, S., Serido, J., & Lee, S. K. (2019). Problem-Solving Orientations, Financial Self-Efficacy, and Student-Loan Repayment Stress. *Journal of Consumer Affairs*, 53(3), 1273–1296. <https://doi.org/10.1111/joca.12228>
- Stanley, S. K., Hogg, T. L., Leviston, Z., & Walker, I. (2021). From anger to action: Differential impacts of eco-anxiety, eco-depression, and eco-anger on climate action and wellbeing. *The Journal of Climate Change and Health*, 1, 100003. <https://doi.org/10.1016/j.joelclim.2021.100003>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sun, S., Xu, L., Yao, Y., & Duan, Z. (2021). Investigating the determinants to retain

spurious-loyalty passengers: A data-fusion based approach. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 152(August), 70–83. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2021.08.005>

Talakua, Y., Anas, S., & Aqil, M. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Rsu Bhakti Rahayu Ambon. *Inovasi Penelitian*, 1 (7)(7), 1253–1270. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/267>

Tuhumury, N. (2013). Skala Pengukuran Dan Jumlah Respon Skala Likert. *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan*, 2(2), 127–133. <http://umbidharma.org/jipp>

Verplanken, B., Marks, E., & Dobromir, A. I. (2020). On the nature of eco-anxiety: How constructive or unconstructive is habitual worry about global warming? *Journal of Environmental Psychology*, 72, 101528. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2020.101528>

Watkins, E. R., & Roberts, H. (2020). Reflecting on rumination: Consequences, causes, mechanisms and treatment of rumination. *Behaviour Research and Therapy*, 127(November 2019). <https://doi.org/10.1016/j.brat.2020.103573>

Wu, B., & Yang, Z. (2018). The impact of moral identity on consumers' green consumption tendency: The role of perceived responsibility for environmental damage. *Journal of Environmental Psychology*, 59, 74–84. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2018.08.011>

Yusran, Y. (2020). Perancangan Sistem Informasi Administrasi Pembayaran SPP Siswa Berbasis Web. *Edik Informatika*, 6(2), 7–14. <https://doi.org/10.22202/ei.2020.v6i2.3980>