

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil analisis data tentang pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian dan implikasinya terhadap loyalitas konsumen yaitu:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis 1, diperoleh hasil bahwa *green marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin tinggi *green marketing* maka keputusan pembelian akan semakin meningkat. Maka hipotesis 1 penelitian ini diterima.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis 2, diperoleh hasil bahwa *green marketing* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Artinya, semakin tinggi *green marketing* maka loyalitas konsumennya akan semakin meningkat. Maka hipotesis 2 penelitian ini diterima.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis 3, diperoleh hasil bahwa keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Artinya semakin tinggi keputusan pembeliannya maka loyalitas konsumen Ades akan semakin meningkat. Maka hipotesis 3 penelitian ini diterima.
4. Berdasarkan pengujian hipotesis 4, diperoleh hasil bahwa *green marketing* tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen

melalui variabel keputusan pembelian sebagai variabel mediasi. Maka hipotesis 4 penelitian ini ditolak.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam penelitian ini hanya terdiri dari *green marketing* dan keputusan pembelian, padahal masih banyak faktor lain yang dapat menerangkan loyalitas konsumen khususnya konsumen Ades.
2. Adanya keterbatasan penelitian ini dengan menggunakan kuesioner, yaitu terkadang jawaban yang diberikan responden tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan bagi manajemen pemasaran untuk mengambil keputusan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *green marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Ades. Maka dari itu, pemasaran yang berkonsep hijau dan melestarikan lingkungan harus sesuai dengan target market Ades, agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Ades untuk terus mengkonsumsi produknya. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor *green marketing* dapat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Untuk itu, perusahaan dapat meningkatkan program

yang berkaitan dengan lingkungan untuk terus meningkatkan loyalitas konsumen Ades.

2. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan beberapa variabel untuk menganalisis keputusan pembelian atau loyalitas konsumen. Selain metode yang digunakan dapat dikembangkan lagi menjadi wawancara, agar dapat memberikan hasil penelitian yang lebih mendalam mengenai topik yang diteliti. Selain itu, jawaban responden akan semakin akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Fahlis, Joyce Lopian, dan Agus Supandi Soegoto, 2016, “Analisis Green Product dan *Green marketing* Strategy terhadap Keputusan Pembelian Produk the Body Shop di Manado Town Square” Jurnal EMBA, Vol. 4. No. 1, hlm. 033-044.
- Ali, Suprihatin. 2013. Prediksi Perilaku Ramah Lingkungan yang Dipengaruhi oleh Nilai dan Gaya Hidup Konsumen. Jurnal Perspektif Bisnis, 1(1): 112-125.
- Anjani, Gianti Adityam; Puji Isyanto dan Asep Muslihat. 2015. “Pengaruh *Positioning* dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan Pada AJB Bumi Putera Cabang Karawang. Hlm. 1443-1451.
- Arikunto, Suharsimi, 2006, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis, Edisi Revisi, Rineka Cipta, Jakarta.
- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta, 2010, “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan” Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Vol. 17, No. 2, hlm. 114-126.
- Astini, Rina, 2016, “Implikasi Green Brand Image, Green Satisfaction dan Green Trust terhadap Loyalitas Pelanggan”, Jurnal Manajemen, Vol. XX, No. 1, hlm. 19-34.
- Byrne, Michael, 2001, “Environmental Management & Policy and Related Aspects of Sustainability”, OIKOS University of Newcastle.
- Dori, Melati Amaya, 2012, “Garap pasar anak muda, Ades ganti logo dan kemasan”, <http://industri.kontan.co.id/news/garap-pasar-anak-muda-ades-ganti-logo-dan-kemasan>, diakses tanggal 11 November 2016.
- Ghozali, Imam, 2012, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Badan Penerbitan Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2008. *Structural Equation Modeling dengan Lisrel 8.80 edisi II*, Badan Penerbit Undip, Semarang.
- Kampani, Popi, Srikandi Kumadji, dan Andrian Kusumawati, , “Pengaruh *Green marketing* terhadap nilai yang dipersepsikan dalam keputusan Pembelian Mobil” Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 12, No. 1, hlm. 1-8.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009, Manajemen Pemasaran. Alhi Bahasa: Bob Sabran, Jilid 1. MM, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2000, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium. Jilid 2, PT Prehallindo, Jakarta.