

## **BAB V**

### **SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan permasalahan dan pembahasan mengenai hubungan pemasaran hijau terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh citra merek pada produk ramah lingkungan pertamax series, maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemasaran hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna produk ramah lingkungan pertamax series di Yogyakarta.
2. Pemasaran hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek pada pengguna produk ramah lingkungan pertamax series di Yogyakarta.
3. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna produk ramah lingkungan pertamax series di Yogyakarta.
4. Citra merek mampu memediasi pengaruh pemasaran hijau terhadap keputusan pembelian pada pengguna produk ramah lingkungan pertamax series.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Perusahaan**

Diharapkan perusahaan mampu mempertahankan dan meningkatkan Pemasaran Hijau yang diterapkan saat ini sehingga dapat meningkatkan Citra Merek yang secara tidak langsung berpengaruh pada peningkatan Keputusan Pembelian. Perusahaan bisa memberikan inovasi baru terhadap produk produk ramah lingkungan. Dapat memberikan tambahan informasi berharga bagi produsen produk-produk hijau lainnya khususnya dalam merancang strategi, serta hasil dari studi ini dapat memberikan informasi mengenai pengaruh pemasaran hijau terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh citra merek pada produk ramah lingkungan pertamax series.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian, menggunakan ruang lingkup populasi yang lebih luas, bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian selain pemasaran hijau dan citra merek, selain itu untuk penelitian selanjutnya diperlukan penambahan sampel dan memperluas ruang lingkup penelitian agar tidak terbatas di Yogyakarta saja.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan dalam penelitian ini meliputi jumlah variabel yang dilibatkan sedikit yaitu *green marketing*, minat beli, dan keputusan pembelian. Selain itu penelitian ini hanya mengambil sampel 120 dari pengguna produk ramah lingkungan pertamax series di Yogyakarta, akan lebih baik jika mengambil sampel yang lebih banyak dan tidak terbatas hanya di Yogyakarta sehingga memberikan hasil yang lebih spesifik