

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan mengenai pengaruh *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian dan Implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Green Marketing* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk Teh Kotak dalam bisnisnya telah menerapkan *Green Marketing*. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Green Marketing* produk Teh Kotak telah mampu membantu konsumen dalam menentukan pilihan untuk melakukan pembelian.
2. Keputusan Pembelian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya terpenuhi sehingga pada akhirnya konsumen melakukan pembelian secara berulang dan menjadi pelanggan yang loyal.
3. Hasil penelitian menunjukkan *Green Marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Green Marketing* pada produk Teh Kotak memberikan pengaruh terhadap peningkatan persepsi yang positif terhadap

pelanggan mengenai pentingnya mengkonsumsi produk ramah lingkungan dikarenakan memberikan keuntungan bagi yang mengkonsumsi. Hal ini dapat membuat konsumen untuk melakukan pembelian yang dilakukan secara berulang-ulang kemudian akan menjadi pelanggan yang loyal pada produk ramah lingkungan Teh Kotak.

B. Saran

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara baik dan praktis bagi perusahaan dalam upaya untuk meningkatkan kualitas perusahaan, serta kontribusi teoritis bagi akademisi penelitian. Berikut saran yang dapat direalisasikan oleh perusahaan maupun penelitian selanjutnya:

1. Saran bagi Perusahaan

- a. PT . Ultrajaya Milk Industry dan Trading Company Tbk. selaku produsen dari produk Teh Kotak perlu memberikan informasi yang lebih detail dan akurat mengenai produk Teh Kotak yang ditawarkan sehingga informasi dapat meningkatkan pengetahuan pelanggan mengenai produk ramah lingkungan.
- b. Perusahaan PT . Ultrajaya Milk Industry dan Trading Company Tbk. diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan *Green Marketing* yang telah diterapkan perusahaan saat ini agar lebih inovatif dan kreatif yang berguna untuk menjaga kelestarian lingkungan.
- c. Diharapkan perusahaan PT . Ultrajaya Milk Industry dan Trading Company Tbk. juga dapat mempertimbangkan untuk lebih meningkatkan

proses periklanan ramah lingkungan yang lebih kreatif dan masiv untuk mengenalkan bahwa produk itu ramah lingkungan.

2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Objek penelitian dan ruang lingkup yang berbeda akan memberikan hasil penelitian yang berbeda pula. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian, menggunakan ruang lingkup populasi yang lebih luas, dan sampel yang lebih banyak agar dapat memberikan hasil yang semakin spesifik.
- b. Variabel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini telah terbukti memiliki variabel yang saling mempengaruhi satu sama lain, namun variabel lainnya di luar penelitian ini diindikasikan kemungkinan juga memiliki pengaruh, sehingga disarankan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan menggunakan variabel-variabel lain di luar variabel yang telah diteliti agar memperoleh hasil yang beraneka ragam serta memperkaya teori lebih banyak dan konsep yang sudah ada.