

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian terhadap data yang telah dikumpulkan maka penulis mendapat kesimpulan sebagai berikut:

1. *Green Marketing Mix* di mata pelanggan baik
2. *Green Marketing Mix* terbukti berpengaruh terhadap minat beli sebesar 63,5 %

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan, pembahasan, dan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diberikan saran sebagai berikut:

Bagi manajemen Samsung, dari hasil penelitian diketahui bahwa Samsung perlu meningkatkan promosinya lebih baik lagi dengan cara *marketing tools*, salah satunya dengan cara publisitas, dimana Samsung mempromosikan produk nya melalui TV atau radio sehingga banyak orang yang mengetahui produk tersebut. Samsung juga dapat meningkatkan promosinya dengan mengoptimalkan penggunaan media sosial seperti Youtube sehingga promosi Samsung dapat mengubah kebiasaan konsumen yang tadinya menggunakan TV yang tidak ramah lingkungan dan tidak hemat energi menjadi konsumen yang menggunakan TV ramah lingkungan dan hemat energi seperti TV Samsung.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.